Empirische Sekundäranalysen zum Zusammenhang von Mediennutzung und politischem Verhalten

1979

Hans-Georg Räder

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41535722_0012

Das Medienpublikum als Publikum veröffentlichter Politik

Empirische Sekundäranalysen zum Zusammenhang von Mediennutzung und politischem Verhalten

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der
Philosophischen Fakultät
der Ludwig-Maximilians-Universität
zu München

vorgelegt von
Hans-Georg Räder
aus
München
1978

UNIV.
LEIDEN
BIBL.

Referent: Prof. Dr. Wolfgang Langenbucher

Korreferent: Prof. Dr. Franz Schneider

Tag der mündlichen Prüfung: 26. Februar 1979

I N H A L T

Seite

Einleitung 1

ERSTER TEIL: POLITISCHE KOMMUNIKATION UND MEDIENNUTZUNG 6

1. Politische Kommunikation: Die Systemperspektive 8

1.1 Das politische System 9

1.2 Politische Kommunikation als politisches Verfahren 14

1.3 Kommunikationsrollen des politischen Publikums 26

1.4 Zur individuellen Verhaltensrelevanz politischer Publikumsrollen 33

2. Politische Kommunikation: Die Perspektive des "Publikums" 4o

2.1. Politisches Verhalten 4o

2.1.1 Politische Kultur in der Bundesrepublik Deutschland 41

2.1.2 Politische Teilnahme 48

2.1.3 Passive Teilnahme an Politik 53

2.2 Kommunikatives Verhalten 62

2.2.1 "Kommunikationskultur" in der Bundesrepublik Deutschland 63

2.2.2 Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien 69

2.2.3 Konzeptualisierung von kommunikativem Verhalten 76

3. Zusammenfassung zur politischen Kommunikationssituation des politischen Publikums 81

ZWEITER TEIL: EMPIRISCHE SEKUNDÄRANALYSEN ZUM VERHÄLTNIS VON KOMMUNIKATIVEM UND POLITISCHEM VERHALTEN 87

1. Die Konzeption der sekundäranalytischen Untersuchung 87

1.1 Einleitende Bemerkungen zur Verwendung von Sekundäranalysen 87

1.2 Der Untersuchungszusammenhang 95

1.2.1 Methodologisches Konzept der Sekundäranalyse 95

1.2.2 Die Datenbasis der Sekundäranalyse 99

1.2.3 Die Fragestellung der Sekundäranalyse 11o

1.2.4 Analyseverfahren der Sekundäranalyse 117

2. Analysen zum Zusammenhang von kommunikativem und politischem Verhalten in den einzelnen Studien

2.1 Medienzentrierter Aspekt: Fernsehen im Wahlkampf 1972 125

2.1.1 Ausgangsbasis der Analyse 125

2.1.2 Die Verhaltensdimensionen im Umfeld der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 136

2.1.3 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und dem politischen Verhalten der Befragten?" 163

2.1.3.1 Bivariate Zusammenhänge
2.1.3.2 Kanonische Zusammenhänge
2.1.3.3 Kausale Zusammenhänge
2.1.3.4 Zusammenfassung

2.1.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?" 191

2.1.5 Zusammenfassung der Sekundäranalyse I 214

2.2 Situationszentrierter Aspekt: Analyse des kommunikativen und politischen Verhaltens von Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal hätten wählen können 218

2.2.1 Die Ausgangsbasis der Analyse 219

2.2.2 Die Verhaltensdimensionen 222

2.2.3 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten der Befragten?" 254

2.2.3.1 Bivariate Zusammenhänge
2.2.3.2 Kanonische Zusammenhänge
2.2.3.3 Kausale Zusammenhänge
2.2.3.4 Zusammenfassung

2.2.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten? 304

2.2.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse II 323

2.3 Medien-und situationszentrierter Aspekt: Analyse des kommunikativen und politischen Verhaltens von Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" 327

2.3.1 Ausgangsbasis der Analyse 327

2.3.2 Das Kommunikationsverhalten 335

2.3.3 Das politische Verhalten 353

2.3.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten der Befragten?" 373

2.3.4.1 Bivariate Zusammenhänge
2.3.4.2 Kontrollierte Einflußmodelle
2.3.4.3 Kausale Zusammenhänge
2.3.4.4 Zusammenfassung

2.3.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse III 408

2.4 Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalysen und Vergleich zwischen den Bevölkerungssegmenten 412

DRITTER TEIL: THEMATISIERUNG VON POLITIK DURCH KOMMUNIKATIVES UND POLITISCHES VERHALTEN 419

ANMERKUNGEN 428

LITERATURVERZEICHNIS 453

ANHANG 469

EINLEITUNG

In letzter Zeit ist in der Kommunikationswissenschaft zunehmend Kritik an den eingefahrenen Perspektiven der Wirkungsforschung laut geworden. Dabei geht es vornehmlich um die eindirektionale Perspektive der "LASSWELL-Formel" ('Wer sagt was in welchem Kanal, zu wem und mit welcher Wirkung'), die allerdings von LASSWELL selbst nie als Kommunikationsmodell aufgefaßt wurde (LASSWELL 1948). Die LASSWELL-Formel gehört zur rezeptionsgeschichtlichen Mythenbildung in der Kommunikationswissenschaft; sie geriet zur 'ideologischen Formel', die die Strategien der empirischen Wirkungsforschung lange Zeit bestimmte - hauptsächlich dadurch, daß die Wahrnehmung gleichzeitig existierender Forschungsansätze verdrängt wurde. So ist es bezeichnend, daß die neueren, alternativ formulierten Forschungsansätze zurückgreifen auf "vergessene" Perspektiven. Diese Entwicklungen, die auch in den Kommunikationsprozessen anderer Wissenschaften zu beobachten sind, werden in der Kommunikationswissenschaft durch die Unschärfe des Kommunikationsbegriffes beeinflußt (DANCE 1977). Die Gegenposition zum Bezug auf die Kommunikator-Intentionen in der - von der LASSWELL-Formel inspirierten - Wirkungsforschung forciert den Bezug auf das Rezipienten-Interesse im publikumszentrierten "Nutzenansatz" (RENCKSTORF 1977). "Alternative Ansätze" laufen allerdings Gefahr, in der Negation dessen, wozu sie alternativ sein sollen, dieses selbst wieder mit umgekehrten Vorzeichen zu bestätigen. Die Fruchtbarkeit "alternativer Ansätze" kann sich erst dann voll entfalten, wenn die vergessenen oder vernachlässigten Gesichtspunkte aufgearbeitet und neue Fragestellungen ermöglicht wurden. BALL-ROKEACH/DeFLEUR haben versucht, den Nutzenansatz in eine neue Fragestellung einmünden zu lassen; sie kritisieren: "Proponents of the 'uses and gratifications' approach examine how audiences use the media to gratify similar information needs but do so by taking the audience

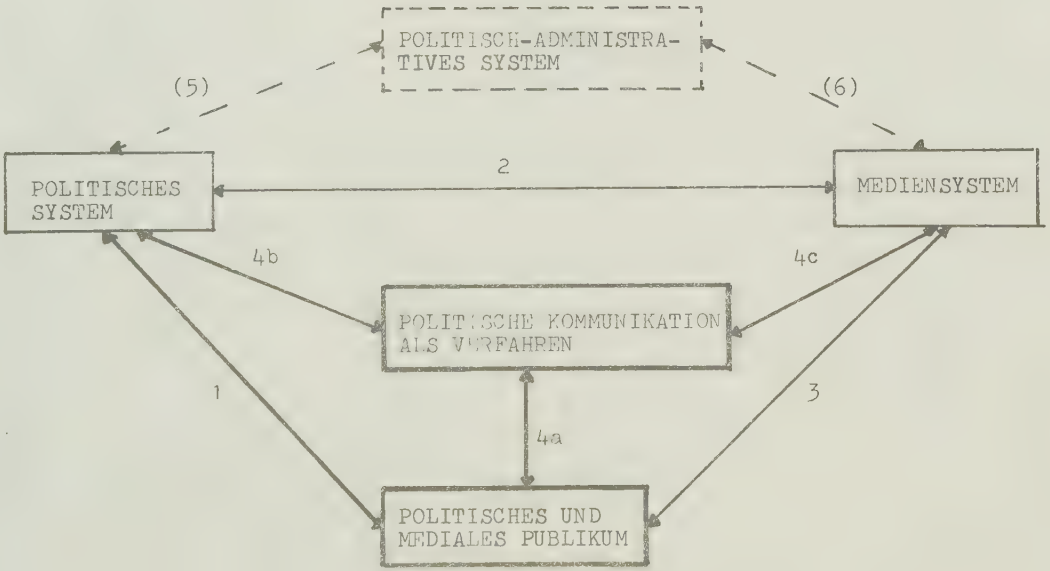
as the focal point of analysis, not the interrelationship between audiences, media, and society." (BALL-ROKEACH/DeFLEUR 1976, S.8)
Auf solche Beziehungen als Forschungsgegenstand haben aber auch BLUMLER/GUREVITCH - als Vertreter des Nutzenansatzes- hingewiesen (BLUMLER/GUREVITCH 1974).
Wenn die Beziehungen zwischen Publikum, Medien und der Gesellschaft betrachtet werden, kann man Massenkommunikation nicht mehr als Ursache von Wirkungen (CATTON 1973) begreifen. Kommunikationsverhalten kann nicht mehr als unabhängige aber auch nicht als abhängige Variable in Forschungsansätzen festgelegt werden. In der sozialwissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung muß es vielmehr darum gehen, den Stellenwert kommunikativen Verhaltens als Sozialaktivität in Zusammenhang mit dem Sozialsystem und der individuellen Sinnstruktur von Verhalten zu bestimmen (vgl.RILEY/RILEY 1959).

In der vorliegenden Analyse will ich der Frage nachgehen, wie Politik im Rahmen des "politischen Publikums" durch das politische und kommunikative Verhalten von Individuen thematisiert wird. Dabei fasse ich den Thematisierungsbegriff weiter, indem ich Sozialaktivitäten und Einstellungen als Thematisierungen wesentlicher und auferlegter Relevanzen (A.SCHÜTZ 1974) interpretiere. Ein weiterer Ausgangspunkt liegt im Theorem des "homo duplex" (ZIJDERVELD 1972), das den Menschen gleichermaßen als Produkt und Produzent der Gesellschaft sieht. Auf "politische Kommunikation" bezogen, werde ich dieses Theorem einmal aus der Perspektive des politischen Systems betrachten, um die politischen und kommunikativen Handlungsräume des politischen (und medialen) Publikums zu bestimmen, zum anderen einen Perspektivenwechsel auf das "Publikum" vornehmen, um die Interpretation politisch-sozialer Wirklichkeit und das Verhalten zu bzw. in ihr von handelnden Individuen zu erfassen. Der "Drehpunkt" dieser Perspektiven liegt in der Interpretation der politischen Kommunikation als politisches Verfahren. Zu dieser Interpretation greife ich auf die Konzeption politischer Verfahren

bei LUHMANN 1969 zurück, weshalb ich auch die politische Systemperspektive an dem Entwurf von LUHMANN 1970 entwickle. Die Beziehungen innerhalb der politischen Kommunikation, die ich im theoretischen Teil dieser Untersuchung thematisiere, sind in der Übersicht 1 grafisch dargestellt. Im Rahmen der politischen Kommunikation liegt der Schwerpunkt meiner Betrachtung auf dem Handlungsraum des politischen Publikums, das auch als "passive Öffentlichkeit" (DAHRENDORF 1974) zu charakterisieren wäre; ich blende also die instrumentellen Aspekte der politischen Kommunikation (FABRIS 1974; HÄTTICH 1974; STEINBERG 1974) (Beziehungen 5 und 6 im Schema 1) aus.

Ich versuche zu zeigen, wie das politische System die Kommunikationsrollen des politischen Publikums strukturiert (Beziehung 1 in Übersicht 1) und welche Funktion dabei das Mediasystem für das politische System erfüllt (Beziehung 2), indem es "Politik" für das politische Publikum vermittelt erfahrbar hält (Beziehung 3). Alle diese Beziehungen gehen in der politischen Kommunikation als Verfahren auf (Beziehung 4), und zwar insofern, als diese Beziehungen im Verfahren der politischen Kommunikation reziprok - durch Machtverhältnisse allerdings assymetrisch reziprok - organisiert sind. In der Untersuchung geht es hauptsächlich um das Phänomen der "nichtteilnehmenden Teilnahme", das auch als "passive Teilnahme an Politik" umschrieben wird. In der Verlagerung der Perspektive auf handelnde Individuen wird diese "passive Teilnahme" als Handlungsproblem erörtert, das im Zusammenhang mit der politischen Kultur im Einstellungssyndrom des "politischen Idyllismus" (J.WEBER 1973) relevant wird. Passive Teilnahme an Politik ist eine sinnvermittelte politische Teilnahme, durch sie wird "Politik" als gemeinsamer Sinn aktualisiert, wobei aber die Darstellung und Perzeption des Politischen als Sinnmuster nicht identisch zu sein brauchen. Politische Teilnahmeformen und auf Politik bezogenes Kommunikationsverhalten stellen Thematisierungen von "Politik" durch das politische Publikum dar.

ÜBERSICHT (1): THEMATISIERTE BEZIEHUNGEN DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION



Im empirischen Teil der Untersuchung versuche ich Sinnzusammenhänge solcher Thematisierungen von Politik im kommunikativen und politischen Verhalten verschiedener Publikumssegmente herauszuarbeiten. In dem Bezugsrahmen, der durch den theoretischen Teil strukturiert wird, verfolge ich in drei Sekundäranalysen die Beziehungen zwischen kommunikativem und politischem Verhalten. Die Frage nach der Sinnhaftigkeit des Verhaltens impliziert multivariate Analyseverfahren, die immer Modellimplikationen und somit Präzisierungen von Fragestellungen voraussetzen. Als grobe Fragestellungen der Sekundäranalyse gelten:
"Gibt es Zusammenhänge von kommunikativem und politischem Verhalten?"
"Welcher Art sind solche Zusammenhänge?"
"Gibt es Publikumssegmente mit einem unterschiedlichen politischen Kommunikationsverhalten?"

Diese Fragestellungen werden an die Daten aus drei verschiedenen Untersuchungen, d.h. auch verschiedene Publikumssegmenten, herangetragen:

a) an Rezipienten der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972;
b) an Jugendliche, die bei der Bundestagswahl 1976 das erste Mal gewählt haben bzw. hätten wählen können;
c) an Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT", die im politischen Publikum zu einer "Quasi-Elite" zählen dürften.

In der empirischen Analyse soll geklärt werden, ob kommunikatives und politisches Verhalten eine sinnhaft verbundene Thematisierung von Politik darstellt und - wenn ja - wie diese sinnhaften Bezüge jeweils beschaffen sind.

ERSTER TEIL

POLITISCHE KOMMUNIKATION UND MEDIENNUTZUNG

Will man politisches Verhalten oder kommunikatives Verhalten im politischen Bereich beschreiben, so bedarf es einer Bestimmung des Rahmens, in dem sich dieses Verhalten bewegt - es sei denn, man geht davon aus, daß es ein "universelles" politisches/kommunikatives Verhalten gäbe. "Zoon politikon" heißt ja nicht einfach, daß der Mensch "politisch" sei, sondern daß er in der Interaktion mit anderen Menschen steht und so in einem sozialen und politischen Rahmen lebt. (DAHL 1973, S.139ff) Wenn DAHL meint "Weil es viele von uns für ausgemacht halten, daß der Mensch von Natur aus ein politisches Lebewesen sei, bedarf das Vorhandensein aktiver und engagierter Bürger, die die politische Schicht bilden, offenbar keiner Erklärung." (DAHL 1973, S.140), so spiegelt dies die Auffassung derer, die von sich aus die politischen Beziehungen der Menschen thematisieren, also zur "politischen Schicht" gehören. Offenbar bedarf es aber doch einer Erklärung, warum Menschen, die wie ihre "unpolitischen" Mitmenschen in sozialen und politischen Gemeinschaften leben, - anders als diese - politische Beziehungen thematisieren oder als Thema akzeptieren. Diese Erklärung soll hier nicht versucht werden, aber der provokante Wechsel der Perspektive sollte klarstellen, daß zwar jeder Mensch unausweichlich in soziale und politische Beziehungen verstrickt ist, daß die Thematisierung solcher Beziehungen aber nicht notwendigerweise daraus folgt. (Jeder Mensch muß essen, aber "Essen als Thema ist nur Gourmets oder Ernährungswissenschaftlern zuzuschreiben.)

Wenn im folgenden "Politik als Thema" betrachtet werden soll, so müssen die politischen Beziehungen als Bezugsrahmen der Thematisierung geklärt werden. Politische Beziehungen zu betrachten, heißt Politik zum Thema erheben, und unterliegt damit dem Problem einer "rückgekoppelten Betrachtung": "Als praktische Politik beispielsweise wird nicht einmal wahrgenommen, was nicht als begrifflich vermittelte Vorstellung von ihr existiert. Soziale Wirklichkeit wird als politische konstituiert, je nach Stringenz und Plausibilität des ihr supponierten Politik-Begriffes." (O.MASSING 1974, S.9) Mit anderen Worten: Die Analyse der Thematisierung von "Politik", die ja selbst wieder Thematisierung sozialer Wirklichkeit ist, bedarf entweder sehr weit ausdifferenzierter Kategorienbildung oder einer Entscheidung für ein Kategoriensystem, von dem man weiß, daß es kontingent ist.

Der Stellenwert des Bezugsrahmens "Politik" für politisches und kommunikatives Verhalten interessiert hier nur als Kategoriensystem, das ermöglichen soll, politisches und kommunikatives Verhalten als Verhalten in vorgegebenen Sinnbezügen zu erfassen. Die kategoriale Beschreibung des Systems, in dem sich politisches Verhalten und Kommunikationsverhalten ereignet, wird von mir willkürlich auf die Konzeption des "Politischen Systems" von Niklas LUHMANN festgelegt, wobei ich mir bewußt bin, daß damit eine Selektion sozialer Wirklichkeit begrifflich vermittelt wird. Wo mir andere Perspektiven wichtig erscheinen, werde ich sie in die Argumentation mit einbeziehen.
Ziel dieses Analyseschrittes ist es, die soziale Situation herauszuarbeiten, in der sich politisches und kommunikatives Verhalten gegenseitig aufeinander beziehen.

1. Politische Kommunikation: Die Systemperspektive

In diesem Abschnitt soll der Bezugsrahmen für politisches und kommunikatives Verhalten in komplexen industrialisierten Gesellschaften umrissen werden. Dabei geht es darum, den Handlungsraum individuellen Verhaltens in seinen auferlegten Relevanzen abzustecken, wobei von den Gegebenheiten moderner Gesellschaften ausgegangen werden muß. Eine Bedingung moderner Gesellschaften besteht in deren hohen Ausdifferenzierung, die aber nicht "naturwüchsig" sondern menschlich produziert ist. Im folgenden soll die Konzeption des "Politischen Systems" von Niklas LUHMANN herangezogen werden, um den Bezugsrahmen politischer Kommunikation einzugrenzen und darin die Funktion politischer Kommunikation als ein politisches Verfahren zu interpretieren. Die Darstellung der Systemperspektive spitzt sich schließlich auf die Grundrolle des "politischen Publikums" im politischen System zu: einmal sollen die Kommunikationsrollen des politischen Publikums betrachtet werden, um die - vom politischen System zugewiesenen - Handlungsräume des politischen Publikums herauszuarbeiten; zum anderen soll dann daran die individuelle Verhaltensrelevanz politischer Publikumsrollen festgemacht werden.

Soziale Systeme konstituieren durch ihren Sinn zugleich ihre Grenzen und die Möglichkeiten der Zurechnung von Handlungen; d.h. die Sinngrenzen sind Ursachen und Konsequenzen von Selektionsprozessen, die festlegen, was möglich ist und was nicht bzw. was sinnvoll und was sinnlos ist.

Die Systemperspektive unterscheidet sich aber von der individuellen Perspektive darin, daß einmal "Welt", zum anderen "Ich" zum Bezugspunkt wird: Der Sinn, der soziale Systeme ausmacht, wird von Individuen nicht notwendigerweise als ihre "soziale Umwelt" gesehen.

Im folgenden Abschnitt wird der Handlungsrahmen politischen und kommunikativen Verhaltens in vier Darstellungsstufen aus den Bedingungen des politischen Systems auf Rollenerwartungen politischen Verhaltens in der Grundrolle des politischen Publikums präzisiert, wobei ein besonderes Gewicht auf die Formen expressiven Verhaltens gelegt wird.

1.1 Das Politische System

Niklas LUHMANN hat im Zuge der allgemeinen funktional-strukturellen Systemtheorie (1) eine Soziologie des politischen Systems entwickelt (LUHMANN 1970, S.154-177). Er betrachtet das politische System unter der Perspektive, daß "... die gesellschaftliche Ausdifferenzierung bestimmter Handlungsbereiche als ein politisches System und hohe gesellschaftliche Autonomie dieses Systems, dessen funktionale Spezifizierung auf Herstellung bindender Entscheidungen und Erzeugung gesellschaftlicher Macht ermöglichen; daß mit dieser Ausdifferenzierung zugleich die Eigenkomplexität und Selektivität des politischen Systems wachsen, also eine Steigerung der Kommunikationsleistung durch Generalisierung und Reflexivwerden von Macht ausgelöst wird; daß dies eine interne funktionale Differenzierung erforderlich macht, ferner eine Übernahme gesellschaftlicher Probleme in das System, vor allem eine Innenabsicherung von Risiken erzwingt. Im Zusammenhang gesehen erklären diese verschiedenen Variablen, daß und wie eine Stabilisierung der politischen Funktion auf einem Niveau höherer gesellschaftlicher Komplexität möglich ist." (LUHMANN 1970, S.154)

Folgt man der Argumentation LUHMANNs, so wird aus der Systemperspektive v.a. die Kommunikationsleistung des politischen Systems in modernen Gesellschaften zum Problem. Diese Kommunikationsleistung verdeutlicht sich

v.a. in der Wechselbeziehung von Entscheidungs- und Legitimationsprozessen; diese Wechselbeziehung enthält den wesentlichen Unterschied zur institutionellen, liberalstaatlichen Thematisierung politischer Systeme. Wenn man versucht, das zentrale Problem der Konzeption des politischen Systems bei LUHMANN knapp zu umreißen, so kommt man auf die Frage nach den Notwendigkeiten, Voraussetzungen und Folgen der Dynamisierung von Entscheidungs- und Legitimationsprozessen im politischen System.
Diese Fragestellung selbst ist nicht originell für LUHMANN. Es ist bezeichnend, daß diese Fragestellung die politische Theorie seit den 50er Jahren durchzieht (DEUTSCH 1969; EASTON 1965; ETZIONI 1968; PARSONS 1966). Diese Systemkonzeptionen von Politik haben - wenn auch in anderer Terminologie und mit anderer Betonung - mit der liberalstaatlichen Konzeption gemeinsam, daß das politische System die Macht ausübt, Verhaltensnormen und Verhaltensregeln im politischen System zu setzen und auch durchzusetzen. Nach LUHMANN besteht die funktionale Spezifikation des politischen Systems vorrangig darin, entscheiden zu können. Damit wird das politische Verhalten im System verknüpft: "... und die spezifisch politische Funktion wird auf der Ebene konkreter Interaktion dadurch erfüllt, daß diesen Entscheidungen bindende Wirkung verschafft wird. Bindend ist die Wirkung einer Entscheidung dann, wenn es ihr, aus welchen Gründen immer, gelingt, die Erwartungen der Betroffenen effektiv umzustrukturieren und auf diese Weise Prämisse weiteren Verhaltens zu werden. Es handelt sich also um faktisches Lernen, nicht um formale Geltung." (LUHMANN 1970, S.159) (2)
Politisches Verhalten wird durch die Vorgabe von Handlungsräumen im politischen System determiniert. Das politische System selbst unterliegt der Vorgabe gesteigerter gesellschaftlicher Komplexität, in dem es vor

Probleme gestellt ist, "die nicht mehr durch Rückgriff auf Wahrheiten oder auf gemeinsame Überzeugungen, durch wechselseitige Sympathie oder im Tauschwege gelöst werden können, sondern eben nur durch Entscheidung." (LUHMANN 1970, S.159)
Im folgenden soll bei der Betrachtung des politischen Systems selektiv derjenige Aspekt herausgegriffen werden, der Bestimmungen für individuelles politisches Verhalten impliziert. Die Ausdifferenzierung des politischen Systems geschieht durch die Ausdifferenzierung politischer Rollen. Personen werden also nicht in ihrem gesamten Leben aus der Gesellschaft herausgelöst: "Nur auf Rollenebene kann die Ausdifferenzierung eindeutig vollzogen werden, so daß in hohem Maße erkannbar ist, ob eine Rolle dem politischen System zugerechnet wird oder nicht." (LUHMANN 1970, S.156)
Handlungsbedingung im politischen System sind keine personalen Identitäten, sondern Sozialisationsprozesse in die politischen Rollen. Wer keine politischen Rollen gelernt hat, hat auch keine Chance, solche Rollen auszuüben. (LUHMANN 1970, S.156)
Die Autonomie des politischen Systems ist auf drei Ebenen verhaltensrelevant: Die Umsetzung von systemexternem Verhalten in systeminternes Verhalten muß sowohl eine zeitliche als auch eine rollenmäßige Differenz aufweisen. Ferner muß das politische System auch auf der sachlich-inhaltlichen Ebene autonom sein: "Ein politisches System muß in seiner gesellschaftlichen Umwelt relativ generell anerkannt sein, als System gleichsam politischen Kredit genießen, der nicht auf spezifischen Entscheidungszusagen beruht, also nicht jeweils tauschförmig zustande kommt, und auch nicht bei jedem Mißerfolg zurückgezogen wird. Unterhalb der Ebene pauschaler Anerkennung und Entscheidungsermächtigung findet man die Ebene der kon-

kreten Interaktionen, die im laufenden Prozeß die Funktion des politischen Systems erfüllen. Die generelle Anerkennung und ihre Bezugssymbole steuern und limitieren das, was auf der Ebene des täglichen Verkehrs möglich ist." (LUHMANN 1970, S. 157) (3)
Die funktionale Spezifikation des politischen Systems auf die Herstellung bindender Entscheidungen muß in zwei Richtungen offenbleiben: im Hinblick auf die Motive, welche die Annahme der Entscheidungen bewirken. Auf der Input-Seite des politischen Systems kann das "Politische" nicht mehr als festgeprägte Vorgabe begriffen werden: Das politische System "muß Entscheidungsthemen variieren können, je nachdem, welche Probleme die Gesellschaft als entscheidungsbedürftig politisiert..." (LUHMANN 1970, S.159) (4) Weiterhin wird die politische Unterstützung problematisch: Das politische System "kann sich nicht mehr auf bestimmte individuelle, gruppenspezifische oder situationsspezifische Gehorsamsmotive stützen - etwa auf eine Kombination von physischem Zwang und Treue, auf ideologische Überzeugungen oder wirtschaftlichen Vorteilskalkül - sondern es muß inkompatible Motive der verschiedensten Art kombinieren und so egalisieren können, daß ein nahezu motivloses, selbstverständliches Akzeptieren bindender Entscheidungen zustande kommt." (LUHMANN 1970, S.159) (5) Mit diesem Problem wird ein neuralgischer Punkt in der aktuellen Situation politischer Systeme angesprochen, der oft als "Legitimationskrise" thematisiert wird (6). Das Prinzip der Unbestimmtheit von Entscheidungsthemen und von Unterstützungsmotiven schafft - v.a. im Kontrast zur institutionellen, liberalstaatlichen Perspektive der Festlegung des "Politischen" und der Legitimationsbeschaffung - vorrangig Verunsicherungen. Diese Verunsicherung beansprucht die Kommunikationsleistungen sowohl der Entscheidenden, als auch der Entscheidungshinnehmenden. (7)

LUHMANN sieht in der Systembildung und -stabilisierung eine natürliche Tendenz zur Sinnverdichtung und zur Beseitigung von Ungewißheiten (LUHMANN 1970, S. 160). Eine Errungenschaft der kybernetischen Perspektive ist es, zu zeigen, daß "die Erzeugung von tragbarer Unbestimmtheit in sozialen Systemen eine Leistung (und nicht etwa ein Mißgeschick) ist." (LUHMANN 1970, S.160) In der Auseinandersetzung mit einer sehr hohen Umweltkomplexität muß das politische System eine hohe Eigenkomplexität erreichen, und umgekehrt, erst wenn das politische System eine hohe Eigenkomplexität hat, kann es hohe Umweltkomplexität thematisieren. Hohe Eigenkomplexität des politischen Systems bedeutet Zulassung von Alternativen, Variationsmöglichkeiten, Dissens und Konflikten im System. "Dazu muß die Systemstruktur in gewissen Grenzen unbestimmt, widerspruchsreich und änderbar institutionalisiert sein."(LUHMANN 1970, S.160) (8) Wenn die Gesellschaft komplexer und konfliktreicher wird, so muß auch die Fähigkeit des politischen Systems wachsen, gesellschaftliche Konflikte zu absorbieren.(9). Das politische System muß Konflikte kanalisieren können, indem es diese Konflikte aus einem unvermittelten Gegensatz in einen geregelten, verbalisierten Kampf um Einfluß auf Entscheidungszentren verwandelt. Dieser Kampf um Einfluß wird u.a. in der öffentlichen Meinung institutionalisiert. Es liegt LUHMANN jedoch fern, diese institutionalisierte öffentliche Meinung direkt in den Entscheidungsprozeß einzubringen: "Es muß zunächst echte Ungewißheit über den Ausgang strukturell garantiert, also Macht suspendiert sein, damit überhaupt Beteiligung motiviert werden kann. Die Beteiligten müssen in Rollen gebracht werden, die komplementäres Handeln, z.B. Reden und Antworten, erfordern, und es müssen ihnen bindende Selbstdarstellungen abverlangt werden, auf die auch ihre Gegner sich stützen können. Nur so kommt

ein Prozeß kontroverser Kommunikation zustande, in dem Themen zugespitzt und Alternativen soweit eliminiert werden, daß die Endentscheidung mit einem mindestmöglichen Aufwand an Selektivität und deshalb mit geringer sozialer Breitenwirkung erfolgen kann." (LUHMANN 1970, S.161)
Ein wichtiger Mechanismus zur Kanalisation und Absorption von Konflikten in "geregelten Kommunikationsprozessen" wird von LUHMANN in der "Institution des Verfahrens" gesehen.

1.2 Politische Kommunikation als politisches Verfahren

a) Verfahren als Prinzip

Durch die Positivierung des Rechts, also auch des Staatsrechts, treten im politischen System Verfahren als wesentliche Quelle der Legitimität dieses Systems auf. (LUHMANN 1970, S.167) Beliebigkeit wird damit geradezu institutionalisiert,weil nicht Wahrheit, sondern Handlungen (Handlungssysteme) als Legitimationskriterien vorgegeben werden. (10) Dazu ist aber erforderlich, daß die Konkretion dieser Beliebigkeit geregelt wird; das geschieht durch Verfahren.

Verfahren sind nach LUHMANN eine besondere Art kurzfristiger Teilsysteme, die Komplexität abarbeiten und Entscheidungen legitimieren. "Das besondere dieser Institution (des Verfahrens, HR) besteht darin, daß sie Offenheit und Konfliktgeladenheit von Entscheidungssituationen als eine nur zeitweilige Ungewißheit immer wieder neu schafft und mit dieser Ungewißheit Motive setzt für eine (zuschauende oder mitwirkende) Beteiligung an der Absorption von Ungewißheit. Nachdem Quellen der Legitimation außerhalb des politischen Systems nicht mehr vorausgesetzt werden können, muß die Legitimation im System selbst geleistet werden." (LUHMANN 1970, S.167) Als Ver-

fahrensbeispiele nennt LUHMANN Gerichtsverfahren (hier besonders wegen der offensichtlichen Formalisierung bzw. der Formalisierung der Offensichtlichkeit), politische Wahl, Gesetzgebung und Entscheidungsprozesse der Verwaltung. LUHMANN begreift diese aber ausdrücklich als Verfahrensarten, nicht aber schon als erschöpfende Aufzählung der Verfahren. (LUHMANN 1969, S. 13) LUHMANN benennt also Beispiele für Verfahren, die schon in der klassischen Denkweise als Verfahren gelten oder aber damit leicht assoziierbar sind. Ihm kommt es auf die Uminterpretation dieser Beispiele an. Der Aspekt der Entscheidungsfindung kann nach LUHMANN nicht als notwendige Bedingung von Verfahren begriffen werden. Der Zweck der Entscheidungsfindung gerät dadurch in den Hintergrund der Betrachtung von Verfahren.

LUHMANN geht davon aus, daß soziale Systeme in ihrem Sinn und Umweltbezug zwar auf Zwecke konzentriert sein mögen, aber auch Funktionen erfüllen müssen, die durch das Erreichen jener Zwecke nicht abgedeckt sind. (LUHMANN 1973b, S. 147ff)
"Eine der Fassungen, die diese Einsicht erhalten hat, ist die Unterscheidung instrumenteller und expressiver Variablen. Mit Hilfe dieser Unterscheidung läßt sich erläutern, daß und weshalb auch bei Verfahren der Sinn des Handelns sich nicht vollständig in einer Zweckformel einfangen läßt." (LUHMANN 1969, S.223)
Die Unterscheidung von instrumentellen und expressiven Variablen greift LUHMANN aus verschiedenen Theorieansätzen auf. Aus primär empirischen Arbeiten ist sie an die Ergebnisse der Kleingruppenforschung (11) und auf der Ebene allgemeiner Theorien an die Handlungstheorie PARSONS'angelehnt. Diese Differenzierung "beruht auf der Annahme, daß es sich bei dem in der empirischen Forschung festgestellten Gegensatz von sozio-emotionaler (expressiver bzw. konsumatorischer) und zweckrationaler (instrumenteller) Orientierung um zwei selbständige

nicht aufeinander rückführbare Dimensionen handelt, die zusammen mit der Innen/Außen-Differenz ein Grundschema der Systemfunktionen bilden, denen jedes Aktionssystem Genüge tun muß." (LUHMANN 1973b, S.147ff)
In der Fußnote hierzu wird dies an der Interpretation PARSONS'verdeutlicht: "Im einzelnen erklärt PARSONS die Differenz von expressiver (oder konsumatorischer) und instrumenteller Orientierung als Differenz des Zeithorizonts der Handlung: Im ersten Fall wird aktuelle, sofortige Bedürfnisbefriedigung gesucht, im zweiten die Erfüllung dagegen aufgeschoben." (LUHMANN 1973b, S. 148)
Diese Zeitperspektive erfährt ihre besondere Bedeutung in Zusammenhang mit der Legitimationsproblematik. Legitimation als politischer Kredit impliziert eine Zeitdifferenz: Während die an Zwecken festgemachte instrumentelle Variable auf zukünftige Realisierung von Zwecken ausgereichtet ist, dient die expressive Variable der Stabilisierung der Gegenwart. Dadurch wird sichergestellt, daß eine in die Zukunft verweisende Projektierung, die in Zwecksetzung vorliegt, überhaupt sinnvoll ist. "Das Vordringen instrumentell spezifizierter Orientierungen auf Kosten der Gegenwart ist eine Bedingung rationaler Leistungssteigerung. Es führt aber, wie in der Industriesoziologie durchgehend beobachtet wird, zu einer Sinnentleerung der Gegenwart und damit zu einem wachsenden Bedarfsdruck auf expressive Variable. In diesem Druck erblickt die herrschende Auffassung in Theorie und Praxis ein Problem und damit eine Aufforderung zur Planung, zur Instrumentalisierung und zur organisatorischen Sicherstellung einer zweckmäßigen Expression." (LUHMANN 1973b, S.14) (12)
LUHMANN betont am Verfahren eben die bisher vernachlässigte expressive Variable. Die expressive Variable zieht hierbei das "In-Rollen-setzen" von Beteiligten, Unbeteiligten und/oder Betroffenen in Betracht. Die Relevanz der Unterscheidung zwischen expressiven und instrumentellen

Variablen bzw. latenten und manifesten Funktionen von Verfahren liegt m.E. in der Blickwendung von einem vorgängig inhaltlichen Aspekt auf einen Beziehungsaspekt und auf die Verhältnisse dieser Aspekte.

Diese von mir in Betracht gezogene Relevanz muß sich m.E. an der Konzeptualisierung politischer Kommunikation als Verfahren erweisen. Dort liegt bisher ebenfalls eine theoretische Fixierung auf die instrumentelle Variable, auf Entscheidungskommunikation bzw. persuasive Kommunikation, vor: Dies zeigt sich in der Zentrierung der Kommunikationsforschung auf politische Kommunikation in Verbindung mit Wahlen; politische Kommunikationsforschung bleibt so großenteils an Wahlforschung verhaftet. Weiterhin zielt die Funktionsbestimmung politischer Kommunikation m.W. fast ausschließlich auf die, im obigen Sinne, instrumentelle Variable, nicht aber auf die expressive.
Dieser Blickwendung soll in der folgenden Beschreibung von Verfahren hauptsächlich gefolgt werden, dies bewirkt m.E. ein Abwenden von der ausschließlich auf Regelung von Entscheidungen konzentrierten Perspektive von Verfahren zu einer allgemeineren Fassung.
LUHMANN stützt sich bei seiner Konzeption von Verfahren vor allem auf die Rollentheorie und den symbolischen Interaktionismus. (13) "Rollenübernahme ist ganz allgemein Voraussetzung kontinuierlicher Interaktion. Im Verfahren müssen alle Beteiligten einander laufend wechselseitige Rollen zumuten, einander ihre Rollen bestätigen und einander Verhaltensstützen geben, die es ermöglichen, daß jeder in seine Rolle kommt und auch bei zugemuteten Belastungen in seiner Rolle bleibt." (LUHMANN 1969, S.86)
Dieser Aspekt des Rollenverhaltens führt nicht nur zu einer Stabilisierung komplementärer Verhaltenserwartungen, sondern er sichert auch, daß das Verweigerungs-

potential abgebaut wird, sobald die Rollenübernahme geschehen ist.
"Vermutlich ist dies die heimliche Theorie des Verfahrens; daß man durch Verstrickung in ein Rollenspiel die Persönlichkeit einfangen, umbilden und zur Hinnahme von Entscheidungen motivieren könne." (LUHMANN 1969,S.87) (14)

Ein weiterer Involvierungsmechanismus ist der der Darstellung, d.h. genauer der Selbstdarstellung. Durch die Selbstdarstellung als Handlung wird der Darstellende an seine Darstellungen gebunden, er kann das so geschaffene System nicht ohne weiteres verlassen, indem er etwa widersprüchliche Darstellungen gibt. (15)
Aber auch diejenigen, die von der Möglichkeit der Selbstdarstellung ausgeschlossen - also unbeteiligt - sind, können,ob im weiteren Sinn betroffen oder unbetroffen, durch Rollen in das Verfahren einbezogen werden. Dies sind die Rollen des Publikums. Charakteristikum des Publikums ist dabei die unbeteiligte Teilnahme. (16)

LUHMANN argumentiert zum Verfahren, daß um Konsensvermutungen stabilisieren zu können, auch die Nichtbeteiligten am Verfahren beteiligt werden müssen.
"Sie werden zwar nicht als Sprecher zugelassen, aber das Verfahren ist als Drama auch für sie bestimmt. Sie sollen mit zu der Überzeugung gelangen, daß alles mit rechten Dingen zugeht, daß in ernsthafter, aufrichtiger und angestrengter Bemühung Wahrheit und Recht ermittelt werden und daß auch sie gegebenenfalls mit Hilfe dieser Institutionen zu ihrem Recht kommen werden. Ist diese Einstellung faktisch verbreitet, oder wird sie doch aufgrund der Kommunikationslage als verbreitet vermutet, kann derjenige, der gegen eine bindende Entscheidung rebellieren will, nicht auf die Unterstützung anderer rechnen. (...) Um eine solche unbeteiligte Teilnahme des Publikums am Verfahren zu eröffnen, ist

dessen Öffentlichkeit wesentlich." (LUHMANN 1969, S.123) (17)
Aber die traditionellen Öffentlichkeitsformen, sowohl Parlaments- als auch Gerichtssitzungen, sind durch die Entwicklung der Massenmedien und deren Verbreitung verändert und fortgeschrieben worden. (18)
LUHMANN beschreibt die Verlängerung der symbolisch-expressiven Funktion solcher Verfahren durch die Massenmedien: "Auch Pressereportagen, Rundfunk, Film und Fernsehen können den Eindruck vermitteln, daß in bestimmten Formen und unabhängig von den persönlichen Interessen und Stimmungen der Beteiligten Recht geschieht. Durch die Vermittlungsleistung der Massenmedien wird die Funktion des Zuschauens von der Notwendigkeit physischer Anwesenheit befreit und damit auch von der individuellen Motivlage und anderweitigen Rollenverpflichtungen des einzelnen unabhängig stabilisiert. Sie wird indifferent dagegen, ob jemand, wann jemand und wer Zeit und Lust hat, Informationen aufzunehmen und zu verarbeiten - im Vorortzug oder beim Frühstück, beim Fernsehen vor dem eigentlich interessanten Programm oder durch murmelnde Mitteilung des zeitungslesenden Ehegatten. Die Massenmedien ersparen eine konkrete Synchronisation der Verfahrensrollen mit dem Zuschauen (d.h. physischer Anwesenheit, HR) - ein Beispiel dafür, daß in differenzierten Sozialordnungen stärker generalisierte Formen der Abstimmung von Situationen, Zeitplänen, Rollenpflichten und Interessen gefunden werden müssen. Sie stellen überdies die notwendige Passivität des Zuschauers technisch, und dadurch überzeugend sicher. Erst durch die Presse werde 'la publicité facile sans réunions tumulteuses' und damit permanente Staatseinrichtung rühmte schon Guizot." (LUHMANN 1969, S.124)

Das hier am Beispiel aufscheinende Problem der Legitimitätssicherung und der Integration von Erwartungen und Konflikten in ein System, welches durch Verfahren abgearbeitet wird, ist auf das politische System anzuwenden.

b) Politische Verfahren

Ein Problem des Sozialstaates ist es, daß politische Unterstützung nicht mehr vorausgesetzt werden kann, politische Unterstützung muß erzeugt werden. (19) "Invariant legitimierte Institutionen wie Krone und Altar sind in sich selbst nicht komplex und mobil genug, um die neuen Möglichkeiten überzeugend ergreifen und ordnen zu können; sie versagen als Garanten legitimer Macht. Sie werden dadurch ersetzt, daß politische Unterstützung zum permanenten Problem gemacht wird, das durch Organisation und laufende Arbeit gelöst werden muß." (LUHMANN 1969, S.151) In hochkomplexen politischen Systemen sind Institutionen, die auf bestimmte Funktionen zugeschnitten sind, nicht variabel genug. In einem solchen System herrscht meist Multifunktionalität vor. LUHMANN zeigt diese Multifunktionalität an den Verfahren der politischen Wahlen auf. (LUHMANN 1969, S.155ff)

Eine wesentliche latente Funktion von Wahlverfahren liegt nach LUHMANN in der Absorption von Konflikten und Protesten, Wahlen ermöglichen expressives Handeln: "Das Verfahren der politischen Wahlen eignet sich kaum dazu, wesentliche gesellschaftliche Konflikte durch 'das Volk selbst' entscheiden zu lassen. Aber es eignet sich dazu, diese Konflikte in das politische System hinein - statt aus ihm hinaus - zuleiten. Es muß als erste Stufe eines gestaffelten Prozesses der Absorption von Konflikten begriffen werden." (LUHMANN 1969, S. 163)

Politische Unterstützung/Massenloyalität ist in politischen Systemen ein so wichtiger Faktor, daß von allen möglichen politischen Strukturen funktionale Potenzen auf die Erlangung und Erhaltung von "Systemvertrauen" abgestellt werden.

"Die Vertrauensbildung bedarf (...) einer sinnhaften Vermittlung, die das Handeln zunächst nur sehr formal bindet und nahezu Beliebiges offenläßt. Das Werben um politisches Vertrauen für konkrete Personen, Führungsgruppen, Parteien oder Sachprogramme genügt, so notwendig es ist, diesen Anforderungen nicht. Es muß in eine Form gebracht werden, in der es zugleich Systemvertrauen mitbildet." (LUHMANN 1969, S.193) (20)

Auch hier werden expressive Variablen äußerst wichtig. Bei Gesetzgebungsprozessen etwa ist, so LUHMANN, eine unmittelbare rollenmäßige Beteiligung aller Betroffenen kaum durchführbar.

"Damit entfällt deren Bindung durch Selbstdarstellung in rollenkonformen Handeln. Möglich bleibt aber eine sinnvermittelte Teilnahme jedes einzelnen an gewissen Aspekten des Geschehens, das zur Entscheidung führt - sei es in der Form eines Interesses am politischen Drama schlechthin, sei es durch Identifikation mit einzelnen Akteuren oder Parteien, sei es unter dem Gesichtspunkt bestimmter selektiver Perspektiven, etwa des Auf und Ab der Aktienkurse oder des nationalen Prestiges. Im Unterschied zur Rollenübernahme operiert der Mechanismus symbolischer Identifikation auf Distanz und ohne unmittelbare Handlungsverpflichtung." (LUHMANN 1969, S.194)

Distanz ist für LUHMANN dabei zugleich eine "Funktionsbedingung der symbolischen Identifikation und Vertrauensbildung." Distanz verwischt die Details und Vielfalt der Folgen einzelner Ereignisse. Hierdurch würden, so LUHMANN, Komplexitätsreduktion seitens des Publikums erleichtert. Derart ließen sich dann heterogene Differenzierungen verbinden, "nämlich auf Seiten der Politik die Differenzierung von Herstellung und Darstellung, auf Seiten des Publikums die Differenzierung verschiedenartiger Interessen und Mechanismen der Meinungsbildung." (LUHMANN 1969, S.195) (21)

Das politische Publikum, in der Abtrennung von entscheidungsbeteiligten Rollen - außer der Rolle des Wählers - kann in Entscheidungssysteme integriert werden durch Subsysteme expressiven Handelns. LUHMANN unterstreicht diesen Aspekt besonders, er bemerkt: "Auch für heutige Verfahrensvorstellungen ist bezeichnend geblieben, daß sie Verfahren als Mittel zum Zweck sehen, also auf eine noch nicht reale Zukunft verweisen und seine Funktion für die jeweils gegenwärtige Situation für expressives Handeln und aktuelle Selbstdarstellung verkennen." (LUHMANN 1969, S.227) Demgegenüber lautet der Analysebefund LUHMANNs: "... daß die Funktion der Legitimation nicht durch die Wahl geeigneter Mittel für einen vorgestellten, in weiter Ferne liegenden Zweck erfüllt wird, sondern durch sehr oft latent bleibende Aspekte des sozialen Verhaltens, durch symbolisch-expressives Handeln, das die Beteiligten in implizite Rollen, die Nichtbeteiligten durch dramatische Darstellungen des Verfahrens seinem Sinn einbezieht und sie alle den Reduktionsprozeß aktiv oder symbolisch vermittelt mit vollziehen läßt." (LUHMANN 1969, S.225)

Die wichtigsten Verfahrensarten des politischen Systems bilden die Nahtstelle zweier verschiedener Zeithorizonte und Funktionskreise. Sie kombinieren diskrepante Funktionen und vermitteln die instrumentelle mit der expressiven Orientierung im politischen System.

c) Politische Kommunikation als politisches Verfahren

Politische Kommunikation ist in der traditionellen Perspektive der Verfahrenstheorie selbst kein Verfahren. Kommunikation scheint keine Entscheidungen zu treffen, wohl aber Entscheidungen zu begleiten. Der Aspekt der entscheidungsbegleitenden Kommunikation ist vor allem

in der Organisationsforschung bearbeitet worden; diese Perspektive wird in jüngster Zeit in den Planungstheorien fortgeschrieben. (22)
Nun begreift aber LUHMANN Macht als Kommunikationsleistung (23), weiterhin definiert er seinen Entscheidungsbegriff als die Mitteilung des Ergebnisses einer Informationsverarbeitung. Also wären Entscheidungsverfahren immer Kommunikationsverfahren mit Entscheidung als Resultat. Trotzdem liegt m.E. kein Grund vor, politische Kommunikation aus dem Bereich von Verfahren auszuschließen. Zumal, da in der traditionellen normativen Perspektive Kommunikation das Verfahren zum Erlangen von Wahrheit/Vernunft darstellt. (24)
Wichtig erscheint mir jedoch weniger die instrumentelle Variable des Verfahrens politischer Kommunikation, die an den Zwecken Information und politischer Willensbildung festgemacht wird, als vielmehr deren expressive Variable der Verstrickung in das politische System. Die instrumentelle Variable findet sich erörtert als normative Zwecksetzung/Funktionsbestimmung politischer Kommunikation. Sie wird in der Literatur breit behandelt und als Quasi-Institution des politischen Systems dargestellt.

Dies zeigt sich auch an dem, sich kritisch verstehenden, Beitrag RONNEBERGERs zur politischen Funktionsbestimmung der Massenkommunikation: Er kritisiert die in der Theorie nicht nachvollzogene bzw. reflektierte Wandlung vom liberalen Rechtsstaat zum Sozialstaat: (25)
"Es entspricht der deutschen Wissenschaftsauffassung, daß das Thema der politischen Funktion der Massenkommunikation lange Zeit nur staats- und verfassungsrechtlich gesehen wurde. Das mußte notwendigerweise zu einer Einengung und - wenn die Erörterung im gesetzespositivistischen Sinn erfolgt - zur Verfehlung des Themas

führen." (RONNEBERGER 1974, S.193)

RONNEBERGER bleibt jedoch ebenfalls auf einer - reformulierten - instrumentellen Ebene stehen.

Es läßt sich zeigen, daß die Funktionen der politischen Kommunikation - manifeste wie latente - nicht aus dieser heraus isoliert entwickelt werden können. Um die Funktionen politischer Kommunikation bestimmen zu können, muß diese innerhalb ihrer Systemreferenzen betrachtet werden. Im strengen Sinn ist für diesen Zweck der Systemrahmen des politischen Systems schon zu eng gegriffen. Er dürfte allerdings die meisten relevanten Elemente bestimmen. (26) Zur Funktionsbestimmung von politischer Kommunikation ist m.E. vorrangig eine Analyse der für den Bereich politischer Kommunikation relevanten Handlungsräume erforderlich. Es ist v.a. zu untersuchen, welche politischen Rollen in das System politischer Kommunikation eingehen.

Dabei ist zu beachten, daß die kommunikativen Rollen im System politischer Kommunikation durch die allgemeinen politischen Rollen vorbestimmt werden. Das heißt weiter, daß im System der politischen Kommunikation nicht nur instrumentell nach Artikulationsmöglichkeiten gefragt werden muß, also nach in Rollen gefaßte Beteiligung, sondern auch nach den Rollen der nichtbeteiligten Teilnahme. Politische Kommunikation ist m.E. nicht nur ein auf Rollenreglementierung beruhendes Verfahren zur politischen Willensbildung, sondern vielmehr ein Verfahren, ähnlich dem der Wahlen, zur Absorption und Integration der von politischen Handlungsmöglichkeiten weitgehend Ausgeschlossenen. (27)

Gerade für das politische Publikum, das eben auch im System der politischen Kommunikation wiederum Publikum ist, wird hier weniger die instrumentelle Variable als vielmehr die expressive Variable relevant.

"Auch für die unverpflichtete Selbstfestlegung als Zuschauer in einem komplexen, unübersehbaren Felde von Möglichkeiten ist wesentlich, daß die Zeitdimension mitbenutzt wird. Die politisch interessierenden Informationen haben, wenn sie laufenden Verfahren entstammen, nicht statischen, sondern dynamischen, ja dramatischen Charakter. Es werden nicht - wie im Falle einer sich selbst bestätigenden Hierarchie - nur einige wenige, immer gleiche Symbole dargestellt, zitiert, gefeiert und eingebleut. Der Zuschauer wird in Geschichten hineingezogen. Es ergeht die Einladung zum Miterleben eines dramatischen Geschehens mit wechselnden Inhalten, unter denen der Einzelne die Kristallisationspunkte seines Interesses, seiner Sympathie und seiner Antipathie selbst suchen kann. Indem er das tut, verliert er jedoch, ähnlich wie in einer Rolle, durch die Geschichte seines Miterlebens seine ursprüngliche Freiheit, die Komplexität möglicher Einstellungen reduziert sich in einer Art Lern- und Sozialisierungsvorgang, und seine Alternativen schränken sich ein auf wenige, politisch steuerbare Varianten." (LUHMANN 1969, S.195)

Hierin, in dem "Miterleben des dramatischen Geschehens" der Politik, liegt eine, für die von Politik Ausgeschlossenen, aber doch immerhin Betroffenen, also für das politische Publikum, leicht zugängliche Kontaktbahn zur Politik. Als solche Kontaktbahn stellt das System der politischen Kommunikation ein politisches Verfahren neben politischen Wahlen dar.

Dieses Verfahren leistet die permanente Einbeziehung des politischen Publikums in das politische System. Es leistet dies vor und neben anderen politischen Verfahren in einer vorrangigen Spezifizierung auf eben diese Einbeziehung und ist für das politische System von äußerster

Wichtigkeit: "Wenn die Verfahren eine solche Einbeziehung nicht zu leisten vermögen, ... kann der einzelne keine Beziehung im System mehr herstellen, sondern nur noch eine Beziehung zum System, sei es Apathie, sei es Rebellion. Das politische System ist dann in Gefahr, Thema einer Entscheidung zu werden, statt Horizont des Entscheidens zu bleiben." (LUHMANN 1969,S.196)

1.3 Kommunikationsrollen des politischen Publikums

In der Systemrationalität begründet sich die Öffnung von Entscheidungsprozessen über den Kreis der Entscheidenden hinaus in der Effizienzsteigerung von Entscheidungen. Die Entscheidungen sollen mit einem mindestmöglichen Aufwand an Selektivität und damit mit geringer Breitenwirkung erfolgen. Zu dem Zweck der Effizienzsteigerung wird die Vorselektion von Entscheidungsprozessen an die öffentliche Meinung delegiert. Die Endselektion ist den Entscheidungsträgern letztendlich selbst vorbehalten.
Diese Delegation geschieht nach LUHMANN aus folgenden Gründen: Bei zunehmender Komplexität können die Herrschenden die Selektionsmöglichkeiten und damit das dem System innewohnende Entscheidungspotential nicht mehr allein ausschöpfen. Sie könnten anderenfalls die Komplexität des Systems nicht mehr aus eigenen Kräften erhalten. (28) Deshalb muß "Macht reflexiv, das heißt auf sich selbst anwendbar werden". (29)
Diese Reflexivität ist wiederum Voraussetzung für eine weitere funktionale Differenzierung des politischen Systems; erst dann können Teilsysteme herausgebildet werden, die zwar selbständig entscheiden, aber untereinander integriert sind, d.h., die für einander Entscheidungsprämissen bilden können.
Damit präzisieren sich die politischen Rollen in Relation zur funktionalen Spezifizierung des politischen

Systems auf die Herstellung bindender Entscheidungen. LUHMANN sieht im modernen politischen System die Grunddifferenzierung nach politischen Rollen. Er nennt drei Grundrollen: bürokratische Verwaltung, parteimäßige Politik und das Publikum. In dem vorliegenden Zusammenhang interessiert die Grundrolle des politischen Publikums als Bezugsrahmen bzw. Handlungsraum für politisches und kommunikatives Verhalten. Die weitere Betrachtung soll also publikumszentriert sein.

Die Frage ist: Welche spezifischen Kommunikationsrollen weist LUHMANN dem politischen Publikum zu?
Es geht um das Verhältnis des politisch-administrativen Entscheidungssystems zum politischen Publikum unter dem Aspekt dessen kommunikativer Handlungsräume.

Das politische Publikum wird von LUHMANN als komplementärer - politisch weitgehend nicht kompetenter - Teil zu dem der politisch aktiven Sphäre, der entscheidenden Verwaltung und der die Entscheidung durchsetzenden Politik, gesehen.
Die Ausdifferenzierung des politischen Publikums ist Reflex der Ausdifferenzierung von Verwaltung und Politik: "In dem Maße, als Politik und Verwaltung auf unterschiedliche Funktionen bezogen und dadurch auseinandergezogen werden, gewinnt als drittes Element des politischen Systems eine Mehrheit von Publikumsrollen eigenes Profil. Der Bürger steht jetzt nicht mehr allein mit alledem, was er zu erdulden und zu wollen vermag, an einer Stelle als Untertan einer undifferenzierten Obrigkeit gegenüber, sondern er erhält eine Mehrheit spezieller Rollen als Steuerzahler, Antragsteller, Beschwerdeführer, Wähler, Leserbriefschreiber, Unterstützer von Interessenverbänden usw. Diese Rollen sind nach den Erfordernissen des politischen Systems, insbesondere nach seinen Kommunikationswegen, aufgeteilt. Sie sind Rollen

für komplementäres Verhalten und gehören als solche in das politische System und nicht in seine gesellschaftliche Umwelt." (LUHMANN 1970, S.164)

Damit ergibt sich für das politische Publikum auch ein Zwang der "Stellungnahme" zum politischen System: systemkonformes Rollenverhalten wird in diesen Rollen zur Einflußbedingung.

"Das Publikum wird vor allem dadurch ausdifferenziert, daß ihm nur spezifische Kommunikationsbahnen und -themen eröffnet werden. Es kann z.B. in der Rolle des Wählers nur zwischen einfachen Alternativen wählen, und für diese Entscheidung findet jeder einzelne sich durch seine anderen Rollen 'überdeterminiert', also freigestellt." (LUHMANN 1970, S.165)
Das Publikum bewegt sich in einem primär inaktiven politischen Handlungsraum. Damit ist allerdings nur der auf Entscheidungen einwirkende politische Bereich gemeint, was nicht heißen soll, daß das Publikum generell von politischen Handlungen ausgeschlossen ist. Diese Unterscheidung zielt auf die Qualität von politischen Handlungen ab. (30)
Diese besondere Qualität politischen Handelns drückt sich ebenfalls in der Stellung des Publikums im System der politischen Kommunikation aus, in deren politischen Kommunikationsrollen i.e.S.

Diese Kommunikationsrollen des Publikums zeigen sich implizit in den Äußerungen LUHMANNs zur "Öffentlichen Meinung". (31) "Öffentliche Meinung kann den Herrscher nicht beherrschen und auch nicht ersetzen. Sie kann ihm nicht vorschreiben, wie er herrschen solle. Ihr Verhältnis zur Herrschaftsausübung ist kein Verhältnis von Ursache und Wirkung, sondern ein Verhältnis von Struktur und Prozeß. Ihre Funktion liegt nicht in der Durchsetzung des Willens - des Volkswillens, jener Fik-

tion des schlichten Kausaldenkens - , sondern in der Ordnung von Selektionsleistungen." (LUHMANN 1971, S.24)

Das System der politischen Kommunikation wird strukturell primär durch das politische System und weiterhin durch andere eingehende Systemreferenzen determiniert. (LUHMANN 1971, S. 24)
Das politische Publikum ist auch im System der politischen Kommunikation wieder auf die Publikumsrolle verwiesen. Hier treten v.a. die zusätzlichen strukturellen Beschränkungen des Kommunikationssystems selbst auf: das Publikum ist unter dem Aspekt der Kommunikation rein instrumentell inkompetent. Die aktive Teilnahme im System der politischen Kommunikation unterliegt strukturellen Filtern, ist also nicht für alle frei zugänglich: Es kann nicht jedermann hinzutreten und reden.

Zu diesen Schwierigkeiten für eine aktive Teilnahme am Prozeß der politischen Kommunikation, "die aus der sachlichen Differenz von Entscheidungsregeln und Aufmerksamkeitsregeln resultieren, treten weitere hinzu, die mit der Mobilität der Themen zusammenhängen. Maßgebliche Mitwirkung an der Bewegung eines Themas setzt als mindestes voraus, daß man über Geschichte und Stand des Themas orientiert ist und sich auf dem laufenden hält (oder auf dem laufenden gehalten wird). Das kann ein einzelner nur für wenige Themen leisten oder nur mit Hilfe eines Apparates, der ihm die jeweils notwendigen 'Unterlagen' zusammenstellt. Durch Themenmobilität schnellen die Anforderungen an sinnvolle Kommunikation so in die Höhe, daß sie nur noch in engem Rahmen oder Dank besonderer Ausrüstung bewältigt werden können." (LUHMANN 1971, S.25) Ferner sind "recht konkrete Kenntnisse der politischen Szene" Voraussetzung für maßgebliche Mitwirkung in der politischen Kommunikation. All das zusammengenommen "führt auf einen zunächst paradoxen Befund: Unter den geschilderten

Bedingungen ist im Bereich der Politik mit einer Vervielfachung von Verhaltensmöglichkeiten und zugleich mit einer Restriktion der Möglichkeiten aktiver Teilnahme zu rechnen." (LUHMANN 1971, S.26) Problematik und jeweilige Stellung öffentlicher Themen im Kommunikationssystem der Politik "... laden so zur Aktivität ein, aber sie stellen die Mitwirkung eben damit unter Anforderungen, die nur wenige erfüllen können." (LUHMANN 1971, S.26) "Was als management by participation geplant war, wird zum participation by management, nämlich zur Teilnahme derer, die Informationen, Konstellationen, Verbindungen, Stimmzahlen und nicht zuletzt sich selbst politisch auszuwerten verstehen. Man kann sich fragen, welche Gruppen der Gesellschaft unter diesen Umständen mehr als passive Teilnahmechancen haben." (LUHMANN 1971, S.26) (32) Damit verdeutlicht sich der Befund, daß "Politik" für die meisten Staatsbürger zum "Konsumbereich", nicht aber zu ihrem Handlungsbereich gehört. (33)

Die Erklärung dafür, warum "Politik" via Massenmedien konsumiert wird, muß zwei Ebenen berücksichtigen:

- einmal die Ebene des politischen Systems;
aus ihr läßt sich die (politische) Situationsbestimmung der Rezipienten politischer Inhalte ableiten.
Der Bezugsrahmen des politischen Systems legt fest, was in einem System politischer Kommunikation an politischen und/oder kommunikativen Verhaltensweisen möglich ist und was nicht. Hier wird deutlich, welche Rollen dem politischen und/oder Medienpublikum zugewiesen wird, und von da aus läßt sich fragen, inwiefern dieses Publikum die ihm zugeschriebene Rolle annimmt oder aber sich nicht "rollenkonform" verhält. Auf dieser Ebene findet sich der "Entwurf" des Systems politischer Kommunikation.

- zum anderen ist die Ebene politischen und/oder kommunikativen Verhaltens zu betrachten; aus ihr wird deutlich, ob der "Entwurf" eingelöst wird (oder überhaupt eingelöst werden kann). Hier können die politischen und/oder kommunikativen Handlungen der Individuen im

und zum System betrachtet werden, und zwar ausgehend von den Sinnsystemen und -strategien der Individuen. Auf dieser Ebene geht es dann darum wie die Individuen mit ihrer Situation, d.h. genauer: mit ihrer alltäglichen Lebenssituation, fertig werden und wie sie sich gegenüber ihrer Umwelt, d.h. hier gegenüber dem politischen System, verhalten - und zwar in Kommunikationsprozessen verhalten.

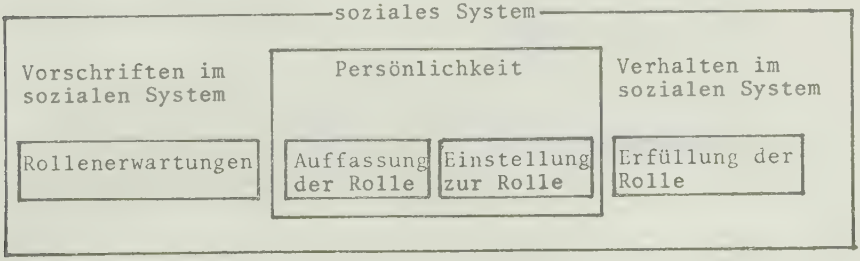
Wie oben ausgeführt wurde, ist das politische Publikum an bestimmte politische Rollen gebunden; dem politischen Publikum stehen nur bestimmte Kommunikationsrollen und bestimmte Kontaktbahnen zur Politik offen. Für die Funktionsfähigkeit des politischen Systems ist jedoch unerläßlich, daß politisches Publikum und Politik/Verwaltung nicht voneinander isoliert sind (34). Dies erfordert besondere institutionalisierte Kontaktbahnen, wie sie in Parteien und Verbänden einerseits und in dem Verfahren der Wahlen andererseits vorliegen. Setzt man aus der Perspektive des politischen Publikums einen alltäglichen Aspekt dieses Kontakts voraus, so erweisen sich die hier genannten Kontaktbahnen als eher außergewöhnlich, nichtalltäglich: Die Verknüpfung des politischen Publikums mit Politik durch Parteien kann nur bei starker Parteiidentifikation bzw. in den faktischen Rollen von Parteimitgliedern als ausreichend für Systemintegration vermutet werden. Diese Kontaktbahn ist allerdings in den meisten Demokratien nur schwach ausgeprägt; die Zahl der Parteimitglieder ist in solchen Systemen meist sehr gering, und damit auch die Relevanz dieser Rolle für Systemintegration. Die Rolle des Wählers kann für das politische Publikum nur temporär aktualisiert werden, sie hat darin geradezu ihren Sinn. Wahl als permanentes Verfahren verliert jede Aufmerksamkeit und verfiele in ihrer Bedeutung.

Demgegenüber liegt aber für das politische Publikum eine alltägliche Beanspruchung von Systemkonformität vor; die Möglichkeit von Enttäuschungen ist sehr hoch, laufend müssen Leistungen, das Zahlen von Steuern, das Akzeptieren von Entscheidungen usw., erbracht werden.
Aus dieser Alltagsperspektive erscheint es fraglich, ob die obigen Kontaktbahnen des politischen Publikums zur "Politik" für die Erklärung der vorfindbaren Systemkonformität ausreichen. Analog zum temporären Verfahren der Wahl scheint ein alltägliches Verfahren der Verstrickung des politischen Publikums in Politik zu fehlen.
Der alltägliche Kontakt des politischen Publikums zur Politik besteht neben der gewußten oder alltäglich latent erfahrenen Betroffenheit von Politik in der Vermittlung von Politik via Massenmedien.
Die Massenmedien werden in traditionellen Kategorien zuweilen als "vierte Gewalt" bezeichnet, ihnen werden drei - sich zum Teil überschneidende - politische Funktionen zugeordnet: Information, Mitwirkung an der Meinungsbildung, Kontrolle und Kritik. (MEYN 1970[2], S.6) Es ist bezeichnend, daß auch hier wiederum die Massenmedien einen instrumentellen Charakter zugeschrieben bekommen. Die politische Kommunikation hat aber in der oben dargestellten Verfahrensperspektive sehr viel stärkere expressive Momente. Aus dieser Perspektive erweist sich politische Kommunikation als alltägliches Verfahren, in dem das politische Publikum wiederum als Publikum der "Politik" - in Form politischer Inhalte der Massenkommunikation - auf der mittelbaren Erlebnisebene in politische Prozesse einbezogen wird. Auf dieser Ebene kann das politische Publikum durch die Rezeption politischer Inhalte der Massenkommunikation als symbolische Beteiligung an "Politik (36) teilnehmen, was ihm sonst aufgrund seiner Rollenbestimmung auf der unmittelbaren Ebene verwehrt bzw. nur erschwert zugänglich ist.

1.4 Zur individuellen Verhaltensrelevanz politischer Publikumsrollen

Der Begriff der "sozialen Rolle" ist einer der zentralen soziologischen und sozialpsychologischen Begriffe, der aber in seiner Bedeutung schwankt, je nachdem ob soziologische, sozialpsychologische oder psychologische Perspektiven verfolgt werden. Diese Schwankungen drücken den Bezugsrahmen dieser Perspektiven aus: im Mittelpunkt der soziologischen Analyse steht die Gesellschaft, dabei bezeichnet der Rollenbegriff Modelle oder Verhaltensnormen, die jeder Person, die die betreffende Position einnimmt, vorgeschrieben werden; im Mittelpunkt sozialpsychologischer Analysen steht die Interaktion von Menschen oder Gruppen, dabei bezeichnet der Rollenbegriff primär konkrete Erwartungen von interagierenden Individuen; im Mittelpunkt psychologischer Analysen steht das konkrete Individuum, dabei bezeichnet der Rollenbegriff primär die Einstellungen von Individuen zu ihren Rollen, deren Internalisierung und Ausdeutung. (I.S.KON 1971, S.16ff) (37)

In den oben beschriebenen Kommunikationsrollen ging es um gesellschaftlich determinierte, zugewiesene Rollen. Die Thematisierung politischer Rollen bedarf einiger Erläuterungen im Rahmen der vorliegenden Betrachtung, weil hierin die Perspektiven gewechselt werden. ALLPORT hat den Rollenbegriff in einem Schema auf die Persönlichkeits- und Sozialspezifik präzisiert (ALLPORT 1964, S.185):



KON beschreibt den "Übersetzungsprozeß" sozialer Rollen im individuellen Rollenverhalten:

"Das Rollenverhalten setzt stets bestimmte Rollenerwartungen, Expektationen voraus, die die Gesellschaft (die Kultur, eine soziale Gruppe) gegenüber der Person hegt, die die betreffende soziale Position einnimmt. Diese Expektationen sind durch das System der gesellschaftlichen Verhältnisse bedingt, in die das Individuum einbezogen ist, und stellen in bezug auf dieses etwas Objektives dar. Doch diese sozialen Erwartungen werden zwangsläufig durch das Prisma des individuellen Bewußtseins und der individuellen Erfahrung gebrochen. Hier kommt es sehr darauf an, daß der einzelne seine Rolle konkret begreift, und es ist von Bedeutung, wie er selber diese Rolle und die daraus entspringenden Rechte und Pflichten sowie sein Verhältnis zur Rolle bestimmt, ob er sie akzeptiert oder ablehnt, ob er sie für sich wichtig oder unwichtig hält, ob sie mit seinen anderen sozialen Rollen harmoniert oder ihnen widerspricht." (KON 1971, S.31)

Im folgenden geht es nun darum, aus der abstrakten Rollenbestimmung im sozialen System als Positionsbestimmung die Rollenerwartungen konkreter zu bestimmen. Aus den Rollenbestimmungen des politischen Publikums im politischen System nach der systemtheoretischen Konzeption LUHMANNs lassen sich Rollenerwartungen an das politische Publikum formulieren. Dies soll hier in Hypothesenform erfolgen:

1. Das politische Publikum nimmt wahr, daß es als Publikum und nicht als Akteur im politischen System rollenmäßig handelt.
2. Das politische Publikum nimmt wahr, daß sein eigener Lebensbereich politisch bestimmt ist, daß seine gesellschaftlichen Probleme politisiert werden können.

3. Das politische Publikum verhält sich im politischen System nicht gegenüber Personen, sondern gegenüber fremden, politischen Rollen.
4. Die Akzeptanz des Rollenverhaltens bedarf einer pauschalen Anerkennung des Rollensystems.
5. "Politik" besteht für das politische Publikum nicht aus festumschriebenen Themen, aber auch nicht aus festumschriebenen Motiven zur Akzeptanz von "Politik".
6. Aus den vorhergehenden Punkten folgt:
   Das politische Publikum nimmt sowohl die Umweltkomplexität, als auch die Komplexität des politischen Systems wahr. Das bedeutet, daß es selbst in seiner kognitiven Strukturiertheit komplex ist.

Nimmt man die bisher aufgeführten Punkte als Rollenanforderungen an das politische Publikum in hochausdifferenzierten politischen Systemen an, so zeigt sich, daß diese eine hohe Abstraktionsleistung von Individuen abverlangen.

LUHMANNs Ausgangspunkt "Weltkomplexität" und deren Bearbeitung durch Erhöhung von Eigenkomplexität, läßt sich in einer Theorie der Organisation bzw. der Systembildung gut verfolgen. Ein Bruch tritt aber dann auf, wenn man zur Systembildung von Persönlichkeit übergehen muß. Die Konsequenz der Systemtheorie von LUHMANN müßte darin bestehen, daß er auch eine Ausdifferenzierung des Persönlichkeitssystems als Antwort auf die Ausdifferenzierung der organisierten Umweltsysteme fordert. (38)
LUHMANN versucht dieses Problem dadurch zu lösen, daß er Systeme nur durch "Sinn" konstituiert sieht, demzufolge bestehen Systeme nicht mehr aus Personen, sondern aus Sinnzusammenhängen bzw. Rollen. (39) Die Konstitution von Sinn bleibt bei LUHMANN aber fraglich.
Welche Folgen ergeben sich aber aus einer zunehmenden Organisierung der Umwelt für Individuen? (40)

Die Differenz zwischen Individuen und Organisationen liegt in der sinnhaften Reduktion von Komplexität, d.h. in der Selektivität von Individuen einerseits und Organisation bzw. organisierten Systemen andererseits. Für handelnde Individuen gilt nach LUHMANN: "Selbst ergreifen kann der Handelnde nur, was er sich bewußt machen, was er in den engen Horizont seines intentionalen Bewußtseins einbringen und dort aktuell erleben kann. Die Komplexität der Welt, die unheimliche Vielzahl der Möglichkeiten, muß daher reduziert werden auf ein sinnhaft erlebbares Format." (LUHMANN 1970, S.73f) Der Sinn der (menschlichen, aber auch sonstigen) Organisation liegt nach LUHMANN gerade in der Steigerung der Selektionsleistungen durch Ausdifferenzierung von Sinn (d.h. Systembildung). LUHMANN zeigt, daß dies durch abstrakte Organisationsleistung möglich ist, wobei Knappheiten organisiert werden. Ein Dilemma besteht dann aber darin, daß der Mensch in der Ausdifferenzierung von Sinn diesen zwar entgrenzt, durch Systembildungen immer neuen Sinn für menschlich organisierte Systeme zugänglich macht, dabei aber Gefahr läuft, den eigenen individuellen Sinn zu verlieren. Es ist zwar möglich, die Eigenkomplexität als Antwort auf die Umweltkomplexität durch organisierte Systembildung zu steigern. Es ist aber fraglich, ob die individuelle Komplexität (sagen wir: die kognitive Strukturiertheit des Menschen) in dem Maße steigerungsfähig ist, daß die Umweltkomplexität des Menschen, die ja durch die in sozialen Systemen geschaffene Komplexität erhöht wird, im individuellen Sinn handhabbar bleibt. Die Frage, ob der Mensch durch die abstrahierende Produktion von Sinnsystemen sich selbst sinnlos macht, kann hier nicht zur Debatte stehen. Es soll aber auf die Diskrepanz zwischen der Zunahme der organisierten und der individuellen Potenz der menschlichen "Sinnbearbeitung" hingewiesen werden.

Aus diesen Überlegungen ergeben sich weitere verhaltensrelevante Hypothesen, die z.T. zu den vorhergehenden gegenläufig sind:

7. Die für das politische System notwendige Unbestimmtheit von "Politik" und "Motivlagen" verursacht Verunsicherungen des politischen Publikums.
8. Diese Unsicherheiten verstärken die Tendenzen der Individuen zur Sinnverdichtung und zur Beseitigung von Ungewißheiten.
9. Das politische Publikum ist zunehmend weniger in der Lage, sich selbst sinnhaft im politischen System zu verstehen.

Die Klassifikation von Übergangsgesellschaften, die meist im Übergang von agrarischen zu industrialisierten Gesellschaften gesehen wird, muß auch auf unsere Gesellschaft bezogen werden:
Hinter gleichgebliebenen institutionellen Strukturen entwickelt sich im Bereich des politischen Systems eine Dynamisierung politischer Prozesse, die im Gegensatz zur liberal-staatlichen Situation einen höheren Abstraktionsgrad aufweist und Ungewißheiten strukturell zum Prinzip erhebt. Diese Situation weist sich im nominalen Sinn schon dadurch aus, daß sie nicht mehr ohne weiteres auf einen Begriff zu bringen ist; je nachdem welche Aspekte supponiert werden, wird diese Situation durch Begriffe wie "Sozialstaat", "Pluralismus", "Spätkapitalismus", u.a.m. bezeichnet. (41)
Während der Begriff "Demokratie" allseits verwendet wird, um die Kontinuität der Errungenschaften der französischen Revolution zu beschreiben (42), werden die politischen Entwicklungen und Ausdifferenzierungen von diesem Begriff nicht mehr voll erfaßt. (43)
"Im Laufe der letzten hundert Jahre haben sich im Bereich der traditionellen westlichen Demokratien strukturelle Veränderungen von solcher Gewalt vollzogen, daß

man innerhalb ihres Rahmens geradezu von einem Strukturwandel derselben sprechen kann"(LEIBHOLZ 1958, S. 79).(44) HABERMAS hat diesen Strukturwandel an dem zentralen Phänomen der Öffentlichkeit verfolgt. (HABERMAS 1962)
In den modernen westlichen Demokratien tritt so in der Betrachtung politischen Verhaltens ein Spannungsverhältnis zwischen demokratischer Norm und Wirklichkeit auf. Einerseits sind die demokratischen Normen als konstant gültige Verhaltenserwartungen fixiert. Andererseits sind aber die Handlungsbedingungen für politisches Verhalten radikal verändert. Mit dem Fortschritt der Kommunikationsmittel, die dem "informierten Bürger" seine Mit- und Umwelt zugänglich machen, hat sich diese Umwelt vergrößert, und damit haben sich die Relevanzsysteme ausgeweitet. (45) Während in feudalen Herrschaftssystemen der Herrscher die Legitimation seiner Herrschaft aus einer mystifizierten Ordnung - z.B. dem Gottesgnadentum - bezog, ist die Legitimation bürgerlicher Herrschaft darin begründet, daß sich eine Ordnung als vernünftig erweise. Damit wird den Bürgern schon eine Verhaltensweise abverlangt, die über die bloße Anerkennung politischer Ordnung hinausführt. (46) Die Anerkennung des Vernünftigen in der staatlichen Ordnung verlangt die Teilhabe des Bürgers als Mitglied des Staates. In der bürgerlichen Tradition hat diese Teilnahme aber von Anfang an eine kontroverse Zweckbestimmung erfahren. Der Teilnahmezweck, der in der Tradition der Aufklärung als Anerkennung des Vernünftigen angelegt ist, wird einmal partizipatorisch, zum anderen aber als Akklamation ausgelegt. (47) Auch der Obrigkeitsstaat ist mit der Teilhabeforderung der Aufklärung vereinbar. (48) Der Unterschied liegt v.a. in der Zweckbestimmung der Teilhabe begründet. Beruht sie darauf, daß Individuen vernünftig zu handeln vermögen und in öffentlichem Räsonnement

deshalb sowohl zu ihrer eigenen, als auch zu einer allgemeinen Vernunft kommen können, so liegt die Betonung des Teilhabezweckes auf der Selbstverwirklichung des Menschen durch Selbstbestimmung (also durch partizipatorische Teilhabe). Beruht die Zwecksetzung der Teilhabe aber darauf, daß der Mensch erkenne, was vorgängig als vernünftig angelegt sei, so liegt die Betonung des Teilhabezweckes auf bloßer Akklamation.

Die demokratischen Normen verlangen jedenfalls dem Staatsbürger die Teilhabe am Staat bzw. dem politischen Geschehen ab. Wie diese Teilhabe als politisches Verhalten von Individuen aber konkret aussehen soll, darüber gibt es in der Demokratievorstellung keinen Konsens: die radikaldemokratische Bewertung politischer Verhaltensformen unterscheidet sich wesentlich von der Bewertung der reduktionistischen Position der Demokratietheorie. (49)

2. Politische Kommunikation: Die Perspektive des "Publikums"

In diesem Abschnitt wird ein Perspektivenwechsel vorgenommen. Nachdem die Rollen und Rollenerwartungen in Bezug auf das politische Publikum aus der "Standpunkthaftigkeit" des politischen Systems herausgearbeitet wurden, geht es im folgenden darum, zu beschreiben, wie diese Rollen und Rollenerwartungen im Verhalten der Individuen als "Bürgerrollen" ausgefüllt werden. Damit wechselt auch das Sinnkriterium: der individuell ausgedeutete Sinn braucht nicht mit dem des politischen Systems identisch zu sein. Die Relation von sozialen Systemen zu den Sinndeutungen der in diesem System Handelnden läßt sich über kollektiv auftretende Verhaltensmuster identifizieren. Im Begriff der "politischen Kultur" wird diese Relation für das politische Publikum explizit angeführt, indem danach gefragt wird, ob die "Bürgerrollen" systemadäquat ausgefüllt werden. Damit wird die Funktionalität der Sozialisations- und Vermittlungsmechanismen zwischen "System" und "Individuum" thematisiert.
In diesem Kapitel wird in zwei Stufen - die auf kommunikatives und politisches Verhalten spezifiziert sind - von den Sozialisations- und Vermittlungsmechanismen ausgehend "politische Kommunikation" in Richtung auf individuelles Verhalten präzisiert.

2.1 Politisches Verhalten

Ziel dieses Abschnittes ist es, konkretes individuelles Verhalten im politischen System zu problematisieren. Nach der Darstellung "kollektiver Verhaltensmuster" im Abschnitt zur politischen Kultur (vgl. BERG-SCHLOSSER 1972) wende ich mich der individuellen Verhaltensform als "Sozialaktivität" zu, um dann die spezifische Verhaltensform der "Passiven Teilnahme" wieder auf die Perspektive der Politischen Kommunikation als Verfahren zu beziehen und als Problem zu begreifen.

2.1.1 "Politische Kultur" der Bundesrepublik Deutschland

In der Konzeption der "politischen Kultur" wird ein Bindeglied zwischen systemanalytischen und verhaltensanalytischen Perspektiven angestrebt. Die Verhaltensweisen und Einstellungen des politischen Publikums werden aus der Systemperspektive danach befragt, inwiefern sich darin für das Überleben des politischen Systems wichtige Elemente befinden, inwiefern die Sozialisations- und Vermittlungsmechanismen systemadäquate "Bürgerrollen" hervorbringen. Die Kriterien "Überleben des politischen Systems" und "Systemadäquanz" reproduzieren dabei ideologisch fixierte Standards, wobei aber gerechterweise gesagt werden muß, daß diese Fixierung durch den methodischen Anspruch des "comparative-politics-approach" notwendig wird. Im Sinne des bisherigen Vorgehens wird das Konzept der "politischen Kultur" insofern relevant, als es die systemtheoretischen Überlegungen (s.o.) mit dem konkreten politischen Verhalten von Individuen verbindet.

Die nun schon länger zurückliegenden Analyseergebnisse zur politischen Kultur in der Bundesrepublik Deutschland wurden im Vergleich mit anderen "westlichen Demokratien" von ALMOND/VERBA kritisch gewürdigt. Sie charakterisieren die politische Kultur der Bundesrepublik als eine Mischung aus politischer Gleichgültigkeit und Untertanengeist. Sie fanden zwar eine hohe formale Zuwendung zu Politik (Wahlbeteiligung, Verfolgung politischer Angelegenheiten in den Massenmedien etc.), aber zugleich ein eher passives Politik- und Demokratieverständnis. Demokratie erscheint - ihrem Befund zufolge - eher als verordnete Pflicht, die auch erfüllt wird, denn als überzeugt gelebtes Prinzip. (50)

In einer späteren vergleichenden Studie von ALMOND/VERBA zeigt sich in der politischen Kultur der Bundesrepublik eine partielle Ähnlichkeit mit der Italiens, aber ein Gegensatz zu den politischen Kulturen der USA und Großbri-

tanniens (vgl. Tabelle 1 bis 3). Dabei ist auffällig, daß für die Bundesrepublik zwar ein hohes subjektives Verständnis politischer Angelegenheiten auf nationaler und lokaler Ebene, aber zugleich ein geringes Gefühl politischer Wirksamkeit zu konstatieren ist.

In etwa zur gleichen Zeit, da ALMOND/VERBA das "politische Bewußtsein" untersucht haben, wurden von SCHMIDT/BECKER Reaktionen auf politische Vorgänge in der Bundesrepublik erhoben. (SCHMIDT/BECKER 1967) Sie kommen bei der Analyse der Reaktionen auf konkrete politische Vorgänge in etwa zu den gleichen Ergebnissen wie ALMOND/VERBA: Formal und oberflächlich werden in der Bundesrepublik demokratische Werte und Institutionen bejaht, wenn aber der Staat verfassungsmäßige Grundrechte verletzt, so sehen darin nurmehr ca. ein Drittel eine Gefährdung der Demokratie (SCHMIDT/BECKER 1967, S. 36). In der Bundesrepublik scheint sich eine obrigkeitsstaatlich orientierte Demokratievorstellung entwickelt zu haben. Während ca. 90 % der befragten Bundesbürger 1968 die Notwendigkeit einer Opposition anerkannten, betrachteten ca. zwei Drittel die Auseinandersetzung zwischen Interessengruppen und ihre Forderungen an die Regierung für das Gemeinwohl als abträglich, sahen zwei Drittel die Aufgabe der Opposition in der Unterstützung der Regierung, nicht aber in deren Kritik. (KAASE 1971) PAPPI kommt zur Schlußfolgerung, "daß das Demokratieverständnis in Deutschland, soweit es sich um staatliche Teilnahmerechte handelt, im Sinne der Stabilitätsbedingungen (Parallelität von politischer Motivation und Systemloyalität) als günstig beurteilt werden kann, weniger günstig dagegen in dem für eine Demokratie lebenswichtigen vorstaatlichen Bereich des Austauschsystems zwischen Öffentlichkeit und Politik und der Spielregeln in diesem Austauschsystem. Der Wähler spie-

TABELLE 1

Einflußversuche auf lokale Entscheidungen und nationale Gesetze
(Zustimmung in Prozent)

Frage	Bundesrepublik	USA	Großbritannien	Italien
Haben Sie je etwas unternommen, um eine lokale Entscheidung zu beeinflussen?	14 %	28 %	15 %	8 %
Haben Sie je etwas unternommen, um ein Gesetz (der nationalen Legislative) zu beeinflussen?	3 %	16 %	6 %	2 %
N insgesamt	955 = 100 %	970 = 100 %	963 = 100 %	995 = 100 %

Quelle: ALMOND/VERBA nach DAHL 1973, S.154

TABELLE 2

Subjektives politisches Verständnis auf nationaler und lokaler Ebene

Frage: Was die wichtigen nationalen und internationalen Angelegenheiten des Landes anlangt:
Wie gut meinen Sie, diese Fragen zu verstehen?
Wie steht es mit lokalen Angelegenheiten?

Antwort	Bundesrepublik		USA		Großbritannien		Italien	
	national	lokal	national	lokal	national	lokal	national	lokal
sehr gut	13 %	25 %	7 %	21 %	8 %	18 %	7 %	15 %
mäßig gut	35 %	37 %	38 %	44 %	36 %	36 %	20 %	23 %
nicht sehr gut	24 %	18 %	37 %	23 %	24 %	18 %	24 %	19 %
überhaupt nicht	15 %	7 %	14 %	10 %	15 %	14 %	15 %	7 %
Je nachdem/ weiß nicht usw.	13 %	13 %	4 %	2 %	5 %	6 %	16 %	16 %
Insgesamt (N)	955 = 100 %		970 = 100 %		963 = 100 %		995 = 100 %	

Quelle: ALMOND/VERBA nach DAHL 1973, S.151

TABELLE 3

Subjektive politische Wirksamkeit auf lokaler und nationaler Ebene

Frage: "Wenn Sie versuchen, ein von Ihnen als ungerecht oder schädlich erachtetes Gesetz oder eine solche Verordnung zu ändern: wie wahrscheinlich ist es dann, daß Sie Erfolg haben?"

Land Polit.Ebene	Bundesrepublik		USA		Großbritannien		Italien	
	national	lokal	national	lokal	national	lokal	national	lokal
sehr/mäßig wahrscheinlich	7 %	23 %	11 %	28 %	12 %	19 %	8 %	19 %
Nur wahrscheinlich, wenn andere mitmachen	6 %	9 %	24 %	25 %	12 %	17 %	3 %	3 %
Etwas unwahrscheinlich	25 %	27 %	18 %	15 %	18 %	22 %	13 %	20 %
Ganz unwahrscheinlich/ unmöglich	48 %	22 %	36 %	25 %	44 %	28 %	50 %	32 %
Sonstiges/ich weiß nicht	14 %	18 %	9 %	6 %	18 %	14 %	26 %	27 %
Insgesamt (=100 %) N	955 = 100 %		970 = 100 %		963 = 100 %		995 = 100 %	

Quelle: ALMOND/VERBA, unveröffentlichtes Material (nach DAHL 1973, S.148)

gelt dabei das offizielle demokratische Credo in der Bundesrepublik getreu wider: daß jeder Staatsbürger nicht nur das Recht, sondern auch die Pflicht zur Wahlteilnahme habe ..., daß es ein Charakteristikum von Demokratien sei, Konflikte offen, z.B. in Wahlkämpfen auszutragen, scheint eine mehr auf Sozialwissenschaftler beschränkte Erkenntnis zu sein." (PAPPI 1970, S.64)
KAASE resümiert, daß zwar formale Aspekte demokratischer Herrschaftsweise relativ wenig umstritten seien, daß jedoch das Harmoniebedürfnis sehr viel stärker als eine Konfliktdimension ausgeprägt ist. (KAASE 1971, S.216ff)

Jürgen WEBER hat die dominierenden Merkmale der politischen Kultur in der Bundesrepublik synoptisch als ein Einstellungsmuster des "politischen Idyllismus" zu identifizieren versucht. (J.WEBER 1973) Der politische Idyllismus ist seiner Meinung nach mit den politischen Habitustypen, wie sie z.B. von HABERMAS/FRIEDEBURG/OEHLER/WELTZ 1969 entwickelt wurden (51) nicht zu beschreiben. Bemerkenswert an der Fassung der Einstellungsdimension "Politischer Idyllismus" von WEBER ist, daß diese Einstellung als Sinnsystem auftritt: "Bei dem hier zu beschreibenden Einstellungsmuster handelt es sich um ein Gefüge von Erwartungen und Erklärungsrastern, das an die Probleme der parlamentarischen Demokratie und ihrer politischen Umwelt klischeehaft und gebrochen herangeht, ohne dabei mit politischem Desinteresse und Teilnahmslosigkeit identisch zu sein." (WEBER 1973, S.4f)
Das bedeutet, daß das Konzept des politischen Idyllismus eben jene Widersprüche erfaßt und zu erklären versucht, die für die politische Kultur der Bundesrepublik als konstituierend benannt wurden:

- eine sehr hohe Wahlbeteiligung und ein sehr hohes Ausmaß der rezeptiv-passiven Verfolgung politischer Vorgänge

- o bei gleichzeitiger offensichtlicher Distanz zur Politik und zu aktiven Komponenten des Demokratieverständnisses.

Und genau diese Dimensionen werden auch in den Skalen zur politischen Einstellung und zum politischen Verhalten durch die Forschungsgruppe ZOLL/ELLWEIN thematisiert (ELLWEIN/ZOLL 1973; ELLWEIN/ZOLL 1973a; ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975; BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 1976).
In den dort entwickelten Skalen findet sich als erstes Ergebnis, das für das Konzept des "politischen Idyllismus" spricht, daß in einer faktorenanalytischen Dimension politischen Verhaltens sowohl das Wahlverhalten, als auch das rezeptiv-passive Verfolgen politischer Vorgänge mittels der Massenmedien zusammen auftreten. (52) Die Skalen zum politischen Verhalten erfassen Teilnahmeformen im Bereich nichtparlamentarischer - eher alltäglicher - politischer Beteiligung, sie kontrastieren die Optik etablierter, formaler politischer Verhaltensweisen. (53)
Im Vergleich von repräsentativen Daten über die berufstätige Bevölkerung zwischen den Jahren 1969 und 1974 (also in einer Periode, in der für die politische Kultur ein Umbruch angenommen wird) ergeben sich in den Verhaltens- und Einstellungsskalen bemerkenswerte Unterschiede: Eine signifikante Zunahme an Anomie (generelle Orientierungslosigkeit, Unsicherheit gegenüber der Umgebung) und an politischer Entfremdung (Mißtrauen des einzelnen gegenüber Instanzen des politischen Prozesses) ist unabhängig (Ergebnis multipler Regressionsanalysen) von der signifikanten Zunahme an demonstrativer politischer Teilnahme zu verzeichnen. (ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S.124) Dies sind genau die Tendenzen, die KLAGES als Erscheinungsformen einer "unruhigen Gesellschaft" anführt. (H.KLAGES 1975)

2.1.2 Politische Teilnahme

Politische Teilnahmeformen sind historisch geprägt, und was im Konzept der politischen Kultur als Momentaufnahme auftaucht, ist das Substrat einer politisch-ökonomischen Entwicklung. Die politische Kultur der "Deutschen" ist nicht die Ausprägung eines "deutschen Nationalcharakters", sondern vielmehr der deutschen Geschichte. Folgerichtig muß daher ein Konzept politischer Teilnahme die Tradition dieses Konzeptes selbst berücksichtigen.

Die historische Tradition dieses Konzeptes wurde von verschiedenen Autoren dargestellt (z.B.: G.ZIMPEL 1972, S. 6 - 101; J.HABERMAS 1961, S.13 - 55). Die Entwicklung des Teilnahmekonzeptes in den modernen Demokratietheorien, die v.a. in der US-amerikanischen Forschung als Konzept politischen Verhaltens ausgeprägt ist, wird in der Literatur sehr intensiv diskutiert (z.B.: G.ZIMPEL 1972, S.102-200; DAHL 1973; DiPALMA 1971; FALTER 1972). Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, sollten die Entwicklungen und Ergebnisse dieser Forschungsrichtung hier diskutiert werden. Dies scheint auch insofern nicht unbedingt notwendig, da dies andernorts zur Genüge erfolgt ist (54).

Auf einige Schwerpunkte und Implikationen, die in unserem Zusammenhang relevant sind, soll kurz verwiesen werden: Indem ein Schwerpunkt dieser Forschungsrichtung auf der Wahlforschung liegt, ergibt sich daraus eine perspektivische Verzerrung: "Als 'politisch' kann die 'political participation' nach dem behavioristisch-operationalistischen Ansatz nur dadurch gekennzeichnet werden, daß sie sich in dem Bereich bewegt, der gemeinhin als der 'politische' angesehen wird, also in Staat, Gemeinde, Partei etc." (ZIMPEL 1972, S.146) (55)

Politische Wahlen gelten dabei - jedenfalls in den westlichen Demokratien - als das politische Phänomen schlechthin. RIESMAN/GLAZER kritisierten diese Perspektive der formalen Partizipationsforschung, indem sie darauf hin-

wiesen, daß die Analyse formaler Teilhabe ohne Berücksichtigung von Motivationen sehr unzulänglich ist. (RIESMAN/GLAZER 1950, S.532)
Durch die Überlegungen von RIESMAN/GLAZER wurde eine Entgrenzung des formalen Teilhabebegriffs in Gang gesetzt, die die Teilhabe der Bürger am politischen Beratungs- und Entscheidungsprozeß, und zwar nicht nur die Teilnahme durch interpersonale Handlungen, sondern auch die Teilnahme durch mentale Beschäftigung mit der Politik zu ihrem Gegenstand macht (J.STEINER 1969).
In dieser Perspektive wurde die Apathie des politischen Publikums - die schon in den "klassischen Wahlstudien" konstatiert wurde - unter neuen Aspekten problematisiert: Apathie kann differenzierter begriffen werden, so kann z.B. Informiertheit als Ersatz für konkrete Aktion fungieren (RIESMAN/GLAZER/DENNEY 1956; LAZARSFELD/MERTON 1973). Jedenfalls wird aus dieser Perspektive, die auch mentale Teilnahme erfaßt, deutlich, daß zum politischen Verhalten im weiteren Sinn auch politische Einstellungen zu zählen sind. Damit ist aber nicht unbedingt impliziert, daß Einstellungen direkt verhaltensrelevant sind. (56) Politische Einstellungen können sogar in bestimmten Bereichen die einzig mögliche "politische Verhaltensweise" für Individuen sind, wenn in ihrem Rollensystem das entsprechende Verhalten nicht vorkommt.

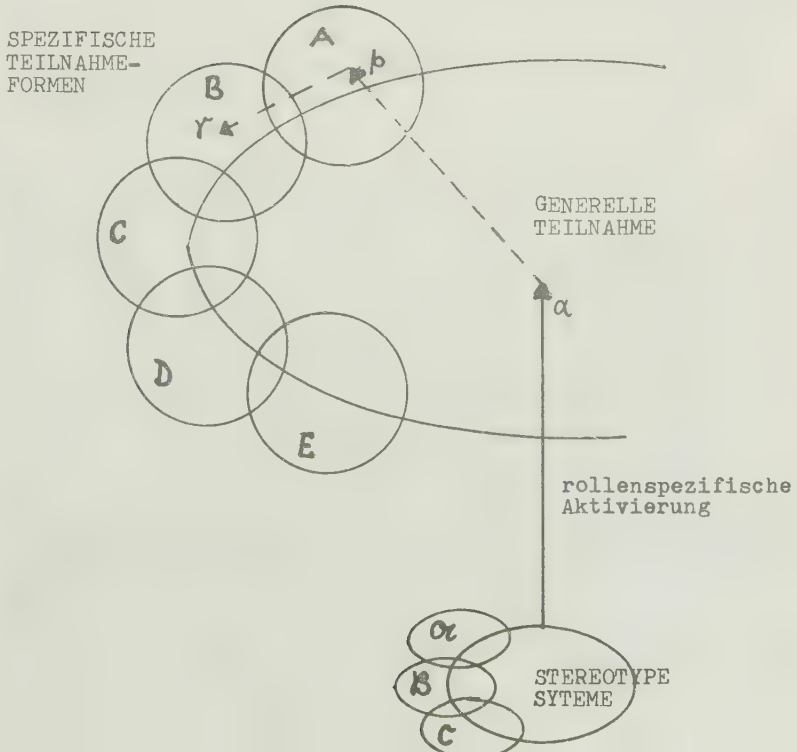
Die Entgrenzung des Teilnahmekonzeptes hat gezeigt, daß zwischen privater und öffentlicher bzw. politischer Teilnahme keine exakten Grenzen zu ziehen sind (RIESMAN/GLAZER 1950), daß politische Teilnahme ein Spezialfall sozialer Teilnahme ist. ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL verweisen darauf, "daß in jedem Individuum, bevor es auf Grund der erfahrenen Sozialisation und seiner sozialen Umgebung zu einer jeweils verschiedenen Ausprägung in Richtung eines oder mehrerer (Teilnahme)Typen kommt, eine

generelle Teilnahmemotivation vorhanden sein muß. Diese Motivation unterscheidet dann im Effekt ein teilnehmendes Individuum von einem, das sich der Teilnahme enthält." (ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S.103)

BERGLER geht der Frage nach, ob es zu den Teilnahmeformen stereotype Einstellungssysteme gibt (BERGLER 1966). Er thematisiert Teilnahme als Orientierungssystem in der Abhängigkeit vom Lebensalter: "In sehr akzentuierter Form ließe sich immerhin die Hypothese aufstellen, daß auch die allgemeine 'Sozialaktivität' im Laufe der menschlichen Entwicklung eine gewisse Umstrukturierung erfährt und zwar derart, daß sie sich mit dem 'frühen' Erwachsenenalter der Kommunikation und Begegnung mit Einzelmenschen zunächst in Form eines Orientierungs- und damit Ausleseprozesses, dann in der zunehmenden 'Verfestigung', also selektiven Stabilisierung, zuwendet, also einen relativen Abschluß erfährt, um sich dann gleichsam umzustrukturieren und sich den verschiedenen möglichen sonstigen Gesellungsformen zuzuwenden." (BERGLER 1966, S.73)
Anhand der sehr ergiebigen Daten von PRESSEY und KUHLEN (1957) kann BERGLER diese Hypothese eindrucksvoll belegen. Diese Hypothese erweist sich auch bei einer unsystematischen, oberflächlichen Betrachtung neuerer Daten aus der Bundesrepublik zumindest als plausibel. (57)
Die Argumentation von BERGLER unterstützt das operationale Konzept der politischen Teilnahme, wie es bei ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL entwickelt wurde (ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S.81ff, S.102ff). Die Skizzierung dieses Konzepts kann durch den Ansatz BERGLERs, der menschliches Verhalten als rollenspezifische Aktivierung stereotyper Systeme begreift (BERGLER 1966, S.263ff), spezifiziert werden. Ich versuche dies im Schema 2 (vgl. ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S.103) zu symbolisieren: Die rollenspezifische Aktivierung stereotyper Systeme steuert

einmal die Intensität genereller Teilnahmebereitschaft (α), zum anderen auch die Ausprägung spezifischer Teilnahmeformen (β). Die generelle Teilnahmebereitschaft und spezifische Teilnahmeformen überschneiden sich, wie sich auch einige Teilnahmeformen überschneiden. Eine Veränderung stereotyper Systeme erhöht in deren rollenspezifischen Aktivierung die Wahrscheinlichkeit der Veränderung der Teilnahmeformen und deren Intensität (α) oder deren Ausprägung (β). Die Änderung der Ausprägungsform zeigt am wahrscheinlichsten einen Wechsel zwischen korrelierten Teilnahmeformen (γ). Dies kann als Relevanzverschiebung begriffen werden.

SCHEMA 2 : POLITISCHE TEILNAHME ALS ROLLENSPEZIFISCHE AKTIVIERUNG STEREOTYPER SYSTEME



Nun ist dieses Modell aber immer noch sehr mechanistisch. Korrelierende, d.h. überschneidende, Teilnahmeformen lassen sich selbst wiederum als Verhaltenssysteme begreifen, da sich handelnde Individuen ja nicht unbedingt an den vereinzelten analytischen Dimensionen des Sozialforschers orientieren. Empirische Verhaltenssysteme lägen dann vor, wenn alle Teilnahmeformen der empirischen Analyse zusammen betrachtet werden. (58) Die Dimension des "Politischen Idyllismus" stellt z.B. ein solches Verhaltenssystem dar. Ferner ist festzustellen, daß die Skizzierung der politischen Kultur der Bundesrepublik aus der Deskription, nicht aber aus der Analyse von Daten entwickelt wurde. Auch die von WEBER beschriebene Dimension "Politischer Idyllismus" folgt der Argumentation von Häufigkeitsverteilungen. Es ist nötig, einige Bemerkungen über die logische Struktur individualzentrierter Aussagen anzufügen. Aussagen, wie die zur politischen Kultur der Bundesrepublik, sind immer mit einem Dilemma behaftet:

- einmal wird darin eine relative Homogenität der "Bundesbürger" unterstellt, indem Majoritätserscheinungen betrachtet werden. Dies ist vorerst notwenig, um ein plastisches Bild zu zeichnen, darf aber nicht dahingehend mißverstanden werden, daß es eine homogene politische Kultur dieser Art faktisch gäbe.
- Die Majoritätsstruktur, die in der Figur "politische Kultur" entfaltet wird, stammt aus individuellen Reaktionen. Will man diese erklären, so muß man sich auf eine Vielzahl von persönlichen Situationen und Motivationen beziehen. Im Extremfall würde man für jede Person eine Theorie erhalten, womit die äußerste Heterogenität markiert ist. (59)

Daraus folgt, daß die Ebene der Differenzierung bei diesen Aussagen mitgedacht werden muß. In der Figur der "politischen Kultur" ist die oberflächliche ad-hoc-Fragestellung aus der Systemperspektive, ob die Bürgerrollen systemstabil sind oder nicht, mit einem anderen Differenzierungs-

niveau verknüpft, als die Fragestellung, warum die Bürgerrollen in der einen oder anderen Weise ausgeprägt sind.

Als Problem der politischen Kultur der Bundesrepublik - aber auch anderer westlicher Demokratien - kann die, in der Partizipationsforschung ziemlich einheitlich festgestellte, Dreiteilung politischer Rollen in "Apathische", "politische Konsumenten" und "Aktivisten" (MILBRATH 1965; STEINER 1969; DiPALMA 1971) auf die passive Teilnahme an Politik präzisiert werden:

- Welche Bedeutung hat die passive Teilnahme an Politik für das politische System?
- Welche Bedeutung hat die passive Teilnahme an Politik für die Individuen in ihren Bürgerrollen?
- Unter welchen Bedingungen tendiert die passive Teilnahme an Politik - also die Rolle des "politischen Konsumenten" - zur Rolle des "Apathischen" bzw. zur Rolle des "Aktivisten"?
- In welchem Verhältnis steht die Einstellungsdimension des "Politischen Idyllismus" zum Verhaltenstyp des "politischen Konsumenten" bzw. zur passiven Teilnahme an Politik?

2.1.3 Passive Teilnahme an Politik

Faktisch gilt für das politische Publikum in den westlichen Demokratien - aber ganz besonders in der Bundesrepublik -, daß es im instrumentellen Sinn vom politischen Kommunikations- und Entscheidungsprozeß weitgehend ausgeschlossen ist. Die einzige instrumentelle Rolle des politischen Publikums besteht in der Rolle des Wählers (dies gilt auch für eventuelle Volksentscheide). Diese instrumentelle Inkompetenz wächst mit der Entfernung der Entscheidungszentren: im lokalpolitischen Bereich sind, v.a. dann, wenn die Gemeinden klein sind, sowohl andere Kommunikationsstrukturen wie andere Entscheidungsstrukturen anzutreffen. (60).

Im folgenden sollen die abstrakteren, vermittelten Politikbeziehungen des politischen Publikums betrachtet werden.

In einem politischen System, das auf "Verfahren" beruht und in dem das "politische Publikum" nur bestimmte Kommunikationsbahnen zur Verfügung hat, werden die unterprivilegierten Individuen in ihren Erwartungshaltungen an das politische System von den ihnen zugewiesenen Rollen bestimmt.
In einem solchen System ist zu erwarten, daß die Individuen durch das Erleben ihrer geringen Verfügungsgewalt, ihrer relativen Machtlosigkeit, hochgradige politische Entfremdung (61) in ihren Einstellungen aufweisen, und daß als deren Folgeerscheinungen auf der Verhaltensebene eine Neigung zur politischen Apathie zu verzeichnen ist.

Diese Argumentation erscheint allerdings bei der hohen Komplexität politischer Prozesse - die ja gerade durch ausdifferenzierte Verfahren geschaffen wird - zu eindimensional. Zumal, da in Anbetracht der Stabilitätsproblematik solcher politischer Systeme eine generelle Neigung des politischen Publikums zur Apathie von vorneherein nicht tragbar wäre, weil dadurch die Massenloyalität zerstört würde. Totaler Ausschluß jeglicher Partizipationsmöglichkeit ist für politische Systeme funktional untragbar. Die Partizipationsproblematik der empirischen Demokratietheorie weist das Dilemma von Partizipation und Apathie auf. Einerseits sollen Teilnahmeformen des politischen Publikums gefunden werden, die jenes in Form von Massenloyalität an das politische System binden, andererseits wird Apathie als funktional eingestuft, wenn das politische Publikum Entscheidungen "fraglos, ja fast motivlos akzeptieren" soll. (62)
Die generelle Bereitschaft, getroffene Entscheidungen zu akzeptieren, wird im allgemeinen mit dem Terminus "Massenloyalität" bezeichnet. Massenloyalität ist m.E.

ein unpräziser Begriff, da er - von der jeweiligen Motivlage abstrahierend - eine "funktionale politische Variable" umreißt. Jene ist aber selbst wiederum ein Sammelbecken äquivalenter Funktionen/Variablen wie "objektive Interessenlage", "unpolitische Haltung" oder "politisches Engagement". Die Motivlage der Individuen als "politische Subjekte" trifft hier im Akzeptieren politischer Entscheidungen einen Unterschied, der, wie ich meine, von beträchtlicher theoretischer Relevanz ist. Während das Motiv des Eigeninteresses in dieser Hinsicht problemlos ist, stellt die Enttäuschungsquelle von Entscheidungen eine permanente Gefährdung der anderen Motivlagen dar. "Unpolitische Haltung" als irrationales Motiv von Massenloyalität verlangt ständige Kompensation von Bedürfnissen in anderen Bereichen (z.B.: Sicherheitsgefühl im privaten Bereich, Konsum etc., was aber zugleich immer mit latenten Ängsten auftritt).
Politisches Engagement hingegen erfordert Teilnahmemöglichkeiten zum einen und verbindliche Richtlinien zum anderen; politisches Engagement und daraus resultierende Teilnahmeformen müssen in der Logik der empirischen Demokratietheorie durch "Spielregeln" gebunden werden. Politisches Engagement erfordert ein generalisiertes Vertrauen und muß daher in der politischen Einstellung konträr zu politischer Entfremdung stehen, d.h. die "erlebte Verfügungsgewalt" muß durch eine "potentielle (=geglaubte) Verfügungsgewalt" innerhalb und aufgrund von Verfahren ausbalanciert werden. (63) Das dem politischen Publikum zugängliche Verfahren der Wahlen allein reicht nicht aus, um politisches Engagement in diesem Sinn laufend zu erhalten, Wahlen können hier nur Höhepunkte außerhalb des alltäglichen politischen Erlebens darstellen. Im Alltagserleben, in dem reale politische

Teilnahme, d.h. konkrete und direkte Beteiligung an Entscheidungen, in der Regel nicht vorliegt, wird daher das Gefühl des Beteiligtseins über den Ersatz symbolischer Beteiligung vermittelt. Symbolische Beteiligung an Politik wird m.E. gerade auf der Motivebene des politischen Engagements zum wichtigsten, alltäglichen politischen Verfahren im Subsystem des "Politischen Publikums". Hierin, in der Integrationsleistung durch Anbieten von Formen möglicher symbolischer Beteiligung, liegt m.E. eine der aus dieser Perspektive wichtigsten Funktionen von massenmedial vermittelter Politik und damit der politischen Funktionen von Massenmedien im "Sozialstaat".

Für das Problemfeld "Politische Kommunikation" ergibt sich aus dieser Interpretation, die die Leistung der "Politischen Kommunikation für das politische System v.a. in ihren latenten Funktionen sieht, eine Umkehrung in der Relevanz von Fragestellungen. Der Aspekt der Wirkung persuasiver Kommunikation auf Einstellungen oder Meinungen von Individuen (gegen)über konkreten Themen verliert an Bedeutung gegenüber dem Aspekt der Funktion politischer Kommunikation für Einstellungen der politischen Individuen gegenüber dem politischen System als solchem. Die Funktion politischer Kommunikation liegt in dieser Perspektive darin, daß das politische System Bezugsrahmen politischen Denkens und Handelns des politischen Publikums bleibt und nicht zu dessen Thema wird. Die sich aus dieser Perspektive ergebende Fragestellung für das konkrete Verhalten von Individuen läßt den Zusammenhang von politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten als Problem hervortreten.

Nun bieten aber die Massenmedien für das politische Publikum nicht nur Verhaltensinventare für instrumentelles und expressives Verhalten, sondern auch Interpretationsmuster dessen, was politisch sei. (64)

In der systemtheoretischen Perspektive LUHMANNs werden keine personalen Identitäten, sondern Sozialisationsprozesse in die politischen Rollen als Handlungsbedingungen im politischen System benannt. Wer keine politischen Rollen gelernt hat, hat demzufolge auch keine Chance, politische Rollen auszuüben. (LUHMANN 1970, S.156) Wenn Massenmedien Interpretationsmuster des "Politischen" liefern, so stellen sie Sozialisationsagenturen der politischen Bildung dar. Vergleicht man aber nun die in den Massenmedien vorherrschenden Interpretationsmuster des Politischen (65) mit den Thesen zum politischen Verhalten, die aus der Beschreibung des politischen Systems nach LUHMANN entwickelt wurden, so tritt m.E. eine Diskrepanz zwischen dem massenmedial vermittelten Bild des Politischen und der systemtheoretischen Konzeption auf (s.o. S.34ff). Das massenmedial vermittelte Bild des Politischen steht den Hypothesen 7 bis 9 (Nichtbewältigung politischer Komplexität) auffällig näher als den Hypothesen 1 bis 6 (Bewältigung politischer Komplexität).

In der Tradition der Aufklärung wird das rationale Handeln von Individuen als möglich und als erstrebenswert betrachtet. Rationales Handeln wird in engem Zusammenhang mit rationalem Informationsverhalten gesehen. "Weil der rationale Umgang des Bürgers mit den Forderungen, die das politische System an ihn stellt, aber auch mit den Erwartungen, die er selbst dem politischen System gegenüber geltend macht, Kenntnisse und Urteilsfähigkeit voraussetzt, ist in ihrer Vermittlung die Hauptaufgabe der politischen Bildung zu sehen. Dabei handelt es sich, ganz allgemein gesprochen, um Kenntnisse über die Bedingungen, Ursachen und Folgen politischer Entscheidungen in konkreten Herrschaftsgebilden, um die Fähigkeit, ihre Ergebnisse an ihrem jeweiligen Anspruch zu messen und ihren Einfluß auf die Situation

des einzelnen zu beurteilen, um daraus Konsequenzen für das individuelle Verhalten ziehen zu können." (J.WEBER 1973, S.3) Als demokratische Norm tritt u.a. der Idealtypus des "gut informierten Bürgers" auf. Als "Versuch über die soziale Verteilung des Wissens" wendet sich A.SCHÜTZ diesem Idealtypus zu, den er präziser als "der Bürger, der gut informiert sein will" beschreibt. (A.SCHÜTZ 1972, S.88) Er nennt drei Idealtypen: den "Experten", den "Mann auf der Straße" und den "gut informierten Bürger". Diese Idealtypen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Bereitschaft, Dinge als fraglos gegeben hinzunehmen. Die zunehmende Abstraktion der sozialen Beziehungen - die in der systemtheoretischen Konzeption in zunehmender Ausdifferenzierung impliziert ist - führt im Relevanzbereich zu neuen Situationen:"Wir besitzen immer weniger das Recht zu definieren, was für uns relevant ist und was nicht. Politisch, ökonomisch und sozial auferlegte Relevanzen außerhalb unserer Kontrolle müssen von uns so, wie sie sind, berücksichtigt werden. Deshalb müssen wir sie kennen. Aber wie weit?" (A.SCHÜTZ 1972,S.95) Der Mann auf der Straße "lebt sozusagen naiv in seinen eigenen wesentlichen Relevanzen in denen seiner in-group. Auferlegte Relevanzen berücksichtigt er bloß als Elemente der zu definierenden Situation oder als Gegebenheiten oder als Bedingungen seines Handlungsverlaufes. Sie sind einfach gegeben, und es lohnt sich für ihn nicht, ihren Ursprung und ihre Struktur zu verstehen." (A.SCHÜTZ 1972, S.96) "Der gut informierte Bürger findet sich in einen Bereich gestellt, zu dem eine unendliche Anzahl von möglichen Bezugssystemen gehört. Es gibt keine vorgegebenen Ziele, keine festen Grenzen, in denen er Schutz suchen kann. Er muß den Bezugsrahmen suchen, in dem er sein Interesse sucht; er muß die dazugehörigen Relevanzzonen untersuchen; und er muß soviel Wissen wie möglich über

den Ursprung und die Quellen der ihm aktuell oder potentiell auferlegten Relevanzen sammeln." (A.SCHÜTZ 1972, S.97)

In der von J.WEBER beschriebenen - und in der bundesrepublikanischen politischen Kultur anscheinend dominierenden - Einstellungsdimension des politischen Idyllismus zeigt sich aber das Phänomen eines "gut informierten Mannes auf der Straße", der sich zwar über Politik informiert, auferlegte Relevanzen aber bloß als Gegebenheiten oder als Bedingungen seines Handlungsverlaufes berücksichtigt. Die Information über Politik wird ihm selbst zur auferlegten Relevanz.(66)

Politischer Idyllismus ist nach J.WEBER ein Mißverständnis der komplexen politischen Umwelt. "Die Frage, wer diesem Mißverständnis Vorschub leistet, es nicht abbauen hilft, sondern eher verfestigt, verweist uns auf die Massenmedien, die häufig gerade die Kriterien und Maßstäbe liefern, die politischen Idyllismus kennzeichnen." (WEBER 1973, S.25) (67)

In ihrer Synopse zur Situation der Massenkommunikation resümieren ZOLL/HENNING: "Die wirtschaftlichen und politischen Entscheidungsprozesse sind für die betroffene Bevölkerung wegen der fehlenden Öffentlichkeit, die gleichzeitig den Ausschluß von der Mitwirkung an der Entscheidung bedeutet, kaum einsichtig und nachvollziehbar. Gesellschaftliche und politische Gruppen, Staat, Parteien und Verbände bemühen sich, meist nachträglich, um demokratische Legitimation ihres Verhaltens. Faktisch handelt es sich selten um mehr als um Akklamation. Staat und Organisation stellen sich selbst dar, weil ihre Handlungen nicht für sich selbst genommen verständlich sind. Der Anonymität politischer Vorgänge entspricht das unpolitische bis apolitische Bewußtsein der Bevölkerung, das mit ihm adäquaten Mitteln der Werbung, der 'public relations' angegangen wird. Der Ansatz auf der emotionalen Ebene, der Verzicht auf die

Vermittlung von Einsicht hält den Bürger in Unmündigkeit und verstärkt subjektiv jene Tendenzen, welche die objektiven politischen Strukturen kennzeichnen. Politik wie Öffentlichkeit sind nicht einfach vorhanden, sie müssen hergestellt werden. Das Parlament als 'eigentliche' politische Bühne wirkt tendenziell bereits als 'schweigsames Theater'. Politik bekommt schicksalhaften Charakter und entspricht damit dem Weltbild, das die Illustrierten, speziell die Blätter der Regenbogenpresse vermitteln. Die Hälfte aller Aussagen in den Illustrierten betreffen den persönlichen Bereich des Menschen. Der ständige Rekurs auf das Individuelle suggeriert ein Bild von der Gesellschaft, 'in der es keine sozialen, sondern nurmehr individualpsychologische Probleme gibt und in der dem persönlichen Bereich des einzelnen, nicht aber dessen tiefgehender Abhängigkeit vom gesellschaftlichen Ganzen die entscheidende Bedeutung zukommt." (ZOLL/HENNIG 1970, S.29f)

Wenn LUHMANN feststellt, daß im interaktiven Prozeß des Verfahrens der Zuschauer durch die Geschichte seines Miterlebens die ursprüngliche Freiheit verliert, die Komplexität seiner möglichen Einstellungen in einer Art Lern- und Sozialisationsvorgang reduziert wird, sich seine Alternativen auf wenige, politisch steuerbare Varianten einschränken (LUHMANN 1969, S.195), dann wird dieser Reduktionsvorgang verschärft, wenn die Art des vorgeführten dramatischen Geschehens vertrauten Grundmustern folgt, wenn die Inszenierung selbst als Inhalt scheint. Es stellt sich die Frage, inwiefern Kommunikationsstruktur und die Kommunikationsmuster der Gesellschaft im politischen Bereich ein komplexes kollektives Selbstbewußtsein ermöglichen oder abbauen.

Ich habe die Kongruenz zwischen der Rolle des "politischen Konsumenten" und der Rolle des "nichtteilnehmenden Teilnehmers" im Verfahren der politischen Kommunikation zu zeigen versucht. Die politische Kommunikation hat als Verfahren interpretiert, keine zwangsläufige permanente Stabilisierung der Rollen "Akteur" und "Zuschauer" zur Folge. Eine solche Rollenstabilisierung ist aber dann wahrscheinlich, wenn die politische Kommunikation die Zuschauer immer wieder und ausschließlich in die politische Rolle des "Zuschauers" sozialisiert. (68)

Es dürfte zu zeigen sein, daß eine solche Rollenfixierung in komplexen politischen Systemen dysfunktional ist. Diese Dysfunktionalität erweist sich spätestens dann, wenn Politik nicht mehr "zuschauergerecht" darstellbar wird oder wenn es auf das Problemlösungspotential derer ankommt, die nur "Zuschauen" gelernt haben. Wenn das Verfahren der politischen Kommunikation keine komplexe und reflexive Darstellung der Politik leistet, dann ist es für die nicht beteiligten Teilnehmer - für das politische und mediale Publikum - unmöglich, Politik als komplexen Vorgang zu begreifen. Sie werden dann in einer Scheinwelt agieren, die die Komplexität des politischen Systems nicht nur in der Darstellung von Politik begrenzt.

Mir war wichtig, das Verfahrensprinzip in der politischen Kommunikation besonders hervorzuheben, weil damit das in unserer politischen Kultur feststellbare Phänomen der passiven Teilnahme an Politik durch die Rezeption politischer Informationen der Massenmedien weder als "Verschwörung eines bösen Willens" noch als "Harmonie informierter Bürger", sondern als Problem einer dynamischen und konfliktreichen politischen Kommunikation auftritt.

In dieser Perspektive tragen die Massenmedien eine

hohe Verantwortung, die nicht einfach als "Öffentliche Aufgabe" zu fixieren ist: die Massenmedien tragen wesentlich zur Interpretation des "Politischen" bei, sie sind eine alltägliche Kontaktbahn des Politischen Publikums zur Politik.
Die Frage nach Macht oder Ohnmacht der Massenmedien stellt sich aus dieser Perspektive nicht als Frage der manipulativen Macht in Persuasionsprozessen, sondern als Frage nach einer Macht, die den Bezugsrahmen von Interpretationen mitkonstituiert. (69)

2.2 Kommunikatives Verhalten

Entsprechend der Ausführungen zu politischem Verhalten soll im folgenden kommunikatives Verhalten als "Sozialaktivität" herausgearbeitet werden. Ein wichtiger Argumentationspunkt liegt dabei in der Rahmenbestimmung der Verfügbarkeit massenmedialer Handlungspotentiale: wenn Massenmedien allgemein verfügbar sind, - also nicht mehr gruppenspezifische Handlungspotentiale darstellen - wird die Differenzierung der Sinnhaftigkeit kommunikativer Handlungen zum Problem. Als Arbeitsbegriff verwende ich den Terminus "Kommunikationskultur" in Analogie zur "Politischen Kultur", um die Rahmenbedingungen kommunikativen Verhaltens seitens der Medienverfügbarkeit zu bestimmen. Anschließend wird die Reichweite und Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien als "kollektives kommunikatives Verhalten" dargestellt, um dann in einem konzeptuellen Schema der Determinanten kommunikativen Verhaltens auf individuelles Kommunikationsverhalten überzuleiten.

2.2.1 Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland

Wenn hier die Rede von einer "Kommunikationskultur" ist, dann geht das zwar auf eine Analogie zur "politischen Kultur" zurück, läßt sich aber auch als eigenes Konzept verteidigen. Die Zusammenhänge des Konzeptes der "Politischen Kultur" und der "Modernisierungsforschung" - die Kommunikationskulturen thematisiert - (LERNER 1966; FLORA 1974) als komparative empirische Forschungsstrategien sind - sowohl hinsichtlich des Ansatzes, als auch der Mängel (ETZIONI/LEHMANN 1972; SHELDON/FREEMAN 1972) - nicht zu übersehen. Melvin De FLEUR hat die Diffusion der Massenmedien als Aspekt sozialen Wandels aufgegriffen (DeFLEUR 1966; DeFLEUR 1970) und als Kommunikationsrevolutionen bezeichnet. De FLEUR konnte die Diffusion der Massenmedien in der Gesellschaft der USA eindrucksvoll belegen und dabei zeigen, daß die Einführung bzw. die Diffusion neuer Kommunikationsmedien immer schneller erfolgte. (70) Er hat aber auch darauf hingewiesen, daß ein solches Diffusionskonzept in eine Theorie sozialen Handelns eingebettet werden muß, weil sonst die Relationen zwischen Mediaverfügung und Medianutzung (und darüber hinaus die Qualität sozialen Wandels überhaupt) unklar bleiben bzw. nicht erklärt werden können (71).
Als "Kommunikationskultur" will ich im folgenden Grunddaten zur Verfügbarkeit, Reichweite und Nutzung der Massenmedien - d.h. vorwiegend der tagesaktuellen Medien - in der Bundesrepublik und die spezifische Diffusion und Nutzung politischer Inhalte dieser Medien beschreiben. (72)

Der Begriff "Massenmedien" war lange Zeit ein eher prognostischer Begriff: weder war die Nutzung von Kommunikationsmedien eine Selbstverständlichkeit für die "Masse", noch war die Konsequenz zunehmender "Vergesellschaftung" technischer Kommunikationsmittel aus geistesgeschichtli-

chen Normen - der Norm des stets rationalen, um objektive Einsicht bemühten Erwachsenenverhaltens, der Norm stets individuellen Verhaltens (BERGLER 1966, S.86ff) - abzuleiten. (73)
In der Bundesrepublik hat sich erst in den letzten zwanzig Jahren ein alltäglicher Kontakt der Bevölkerung mit den Massenmedien soweit entwickelt, daß man unterstellen kann, fast jedermann werde durch die Massenmedien erreicht. Zwischen 1958 und 1977 lag das Bevölkerungswachstum der Bundesrepublik bei ca. 13 %, das "Wachstum technisch vermittelter Kommunikation" dagegen weitaus höher:

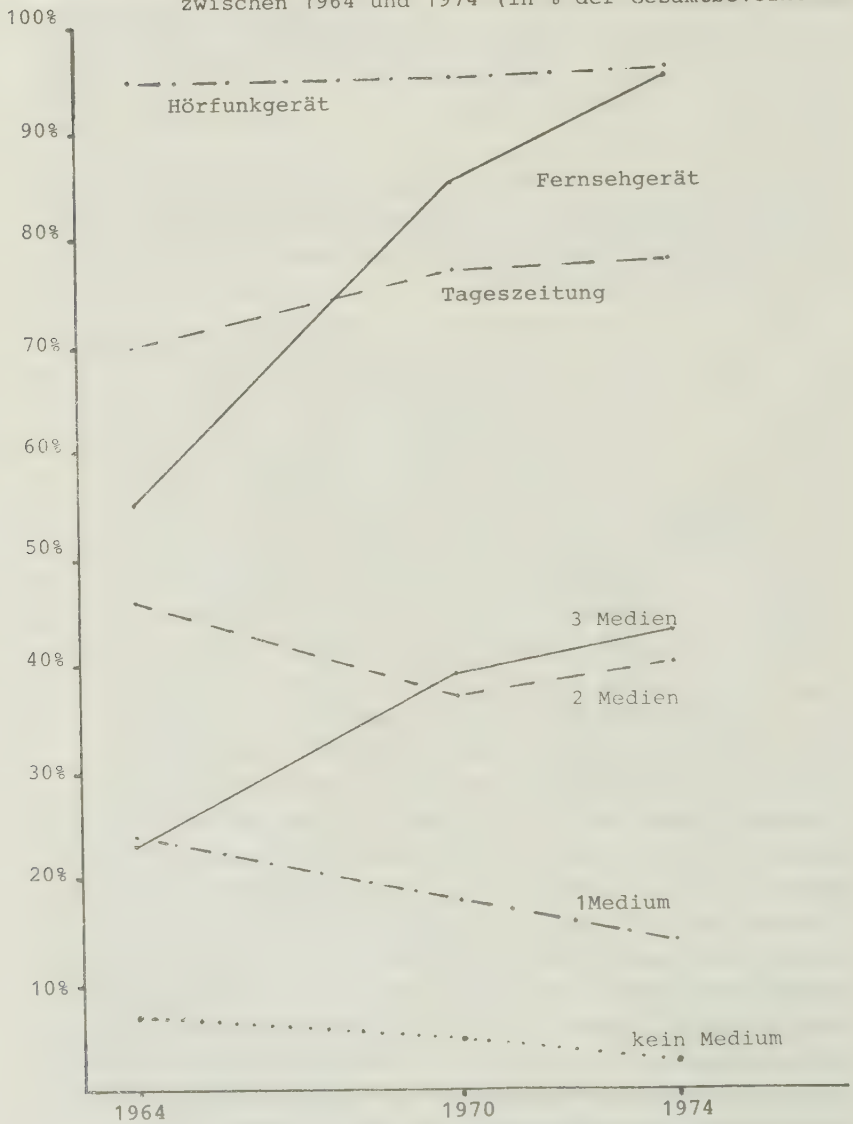
"o Die Zeitungen haben in diesen 20 Jahren ihre Auflage um rund 50 % gesteigert;
o die Publikumszeitschriften um rund 80 %;
o die Buch-Titelproduktion hat sich um das zweieinhalbfache, der Buch-Stückumsatz hat sich schätzungsweise auf das dreieinhalbfache erhöht;
o das Fernsehen hat seine - im Jahr 1958 noch relativ geringe - Verbreitung um das dreizehnfache gesteigert;
o die Hörfunkanmeldung sind im gleichen Zeitraum nochmals um 40 % gestiegen; ... " (INFRATEST 1978, S.17)

Diese Daten indizieren ein rapides Wachstum in der Verfügbarkeit über Kommunikationsmedien und der Diffusion massenmedial vermittelter Informationen. Eine solche Entwicklung wird von KATZ/GUREVITCH als "Säkularisation der Massenkommunikation" begriffen (KATZ/GUREVITCH 1975). Diese Säkularisation ist aber kein Phänomen bloßer technischer Verfügbarkeit, sondern vielmehr ein Problem neuer gesamtgesellschaftlicher und individueller Handlungspotentiale in einer sich "medienreich entwickelnden Gesellschaft" (CHAFFEE/IZCARAY 1975). Säkularisation der Kommunikationstechnologie bedeutet nämlich nicht eine gleichmäßige Diffusion von Kommunikationsmöglichkeiten in der Gesell-

schaft, sondern eine stärkere Ausdifferenzierung von Kommunikationsstrukturen und Kommunikationsmustern, wie sie in der "Knowledge-gap Hypothese" teilweise (74) thematisiert wird. (TICHENOR/DONOHUE/OLIEN 1970; SAXER 1978; BONFADELLI 1978)
Mit zunehmender Durchdringung der Gesellschaft durch Massenmedien ergeben sich Verschiebungen in der Relevanz- und Funktionszuschreibung für Massenmedien in verschiedenen gesellschaftlichen Segmenten.

In der Longitudinalstudie "Massenkommunikation 1964-1970-1974" (KIEFER 1978) kann die Entwicklung der Verfügbarkeit und Nutzung der tagesaktuellen Medien (Tageszeitung, Hörfunk, Fernsehen) in der Dekade zwischen 1964 und 1974 nachvollzogen werden. Während die Ausstattung der Haushalte mit mindestens einem Hörfunkgerät in diesem Zeitraum konstant bei 95 % lag, ist eine Zunahme der Tageszeitungs- und Fernsehgeräteversorgung festzustellen (vgl. Grafik 3). Während aber die Fernsehgeräteversorgung 1974 - zusammen mit der Hörfunkgeräteversorgung - nahezu eine Vollversorgung erreichte, konnte die Tageszeitung nur in Dreiviertel der Haushalte zum festen medialen Inventar gerechnet werden. (75) Die alltäglichen Medienkontakte der Bevölkerung zeigen mit der Verbreitung der Kommunikationsmedien ebenfalls bemerkenswerte Veränderungen. Mit dem Durchbruch der Fernsehgeräteversorgung zwischen 1964 und 1970 ist auch ein zunehmender Kontakt mit allen drei tagesaktuellen Medien zu beobachten. Erst nach 1970 zeigt sich eine parallele Zunahme derjenigen, die drei und derjenigen, die zwei Medien täglich nutzen. Das heißt, daß erst nach 1970 medial "unterversorgte" Haushalte sich mit Fernsehgeräten "nachversorgt" haben.
1978 sind folgende schichtspezifische Differenzen des Medienbesitzes in Privathaushalten festzustellen:

GRAFIK 3: Entwicklung der Mediaverfügbarkeit im Haushalt und des Medienkontakts mit tagesaktuellen Medien zwischen 1964 und 1974 (in % der Gesamtbevölkerung)



Quelle: KIEFER 1978, S. 68 und 74

- o Je höher die soziale Schichtzugehörigkeit ist, desto eher befindet sich mindestens eine Tageszeitung, desto eher eine Wochenzeitung im Haushalt;
- o Die Radio- und Fernsehgeräteausstattung ist schichtunabhängig, aber je höher die soziale Schichtzugehörigkeit ist, desto höher ist die Austattung mit hochwertiger Technologie (Farbfernsehgerät, Hi-Fi-Stereo-Gerät);
- o Die Zielgruppenzeitschriften sind sehr stark mit dem Schichtkriterium verknüpft: während die eine Art von Zielgruppenzeitschriften "Oberschichtmedien" sind (am extremsten Fachzeitschriften und politische oder Wirtschaftszeitschriften), sind "Yellow-Press-Medien" zwar in der Oberschicht unterrepräsentiert, sonst aber relativ gleichmäßig vertreten. (INFRATEST 1978, S. 103:Tab.22)

Allgemein ist festzustellen, daß die Verfügbarkeit von Kommunikationsmedien in Oberschichthaushalten stärker und differenzierter als in Unterschichthaushalten ausgeprägt ist.
Der Durchbruch in der Verbreitung von Fernsehgeräten zeigt sich auch in den Daten zur Medianutzung im Tagesablauf (KIEFER 1978, S.90f): Die Nutzungsgewohnheiten haben sich im Tagesablauf auf die Nutzungsgewohnheiten von Fernsehhaushalten eingespielt (d.h.,da 1974 nahezu eine Vollversorgung mit Fernsehgeräten besteht, ist die Differenz der Medianutzung der Gesamtbevölkerung 1964 und 1974 aufschlußreich). Weiterhin ist zu bemerken, daß die Hörfunknutzung 1974 eher in der "Produktionszeit" als in der "Freizeit" liegt.
Die Reichweite der tagesaktuellen Medien ist im Zeitraum von 1970 bis 1974 leicht gestiegen, wobei die Steigerung in bestimmten Bevölkerungsschichten überproportional stark ist: Das Fernsehen erreicht 1974 deutlich mehr Personen mit Volksschulabschluß als 1970 (KIEFER 1978, S.180f).

Alle Medien erreichen 1974 diejenigen Personen, die sich als "politisch stark interessiert" bezeichnen, stärker als 1970; die Personen mit schwachen politischem Interesse werden 1974 stärker als 1970 durch das Fernsehen erreicht (KIEFER 1978, S.182f). Das Fernsehen ist 1978 das einzige Medium, das alltäglich die unteren sozialen Schichten stärker als die oberen sozialen Schichten erreicht. (INFRATEST 1978, S.36: Tab.2)

Die Zeit, die jeden Tag für die Medianutzung aufgewendet wird, hat sich von 1970 auf 1974 fast um eine Stunde gesteigert, am geringsten aber im Vergleich der Zeitbudgets, wo 1970 ein Fernsehgerät im Haushalt war (KIEFER 1978, S.188f). Unter den Volksschülern ohne Lehre hat sich die mit Fernsehen verbrachte Zeit gegenüber dem Zeitaufwand für andere Medien beträchtlich gesteigert.
Diese Daten sprechen für eine Adaption des Fernsehens in die Kommunikationsstruktur der Bevölkerung, wobei jetzt auch die unteren sozialen Schichten diese Adaption vollzogen haben. Die Nutzung von Massenmedien ist in der Gesellschaft zur dominierenden Freizeitaktivität geworden.

Im Zusammenhang mit Transaktions-Analysen einer Gesellschaft meint Karl W. DEUTSCH: "If one asks, how salient a relationship is in an individual's life, one first asks how much of that person's time and resources will be taken up by the relationship." (DEUTSCH 1964,S.50) (76) Karsten RENCKSTORF argumentiert ähnlich, wenn er auf die Zunahme der den Medien gewidmeten Zeitdauer eingeht: "Diesen Tatbestand kann man erklären, wenn man unterstellt, daß die Zuwendung zu den Massenmedien für die Menschen industrieller Gesellschaften befriedigender ist - ihnen mehr Gratifikationen einbringt - als andere Aktivitäten. Warum dies aber so sein könnte, ist - unter anderem - eine Fragestellung gerade sozialwissenschaftlicher Massenkommunikationsforschung." (RENCKSTORF 1977, S. 71)

2.2.2 Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien

Im Zusammenhang dieser Arbeit kommt es speziell auf die Zuwendung zu politischen Inhalten der Massenkommunikation an. Die Longitudinalstudie "Massenkommunikation 1964-1970-1974" war sowohl auf die tagesaktuellen Medien, als auch auf die Nutzung politischer Inhalte konzentriert. Sie wird herangezogen, um die Reichweite und die Nutzung politischer Inhalte darzustellen. Eine Schwierigkeit besteht in dieser Studie zuweilen darin, das politische Informationsangebot nach "Nachrichten" und "sonstigen politischen Inhalten" zu differenzieren (KIEFER 1978, S.109). Die Zuordnung zu "Nachrichten" bzw. zu "Kommentarformen" scheint 1974 nicht mehr so eindeutig wie 1964 zu erfolgen (77).

Die Reichweite politischer Inhalte durch die tagesaktuellen Medien nähert sich - wie die Reichweite der Medien überhaupt - der "Vollversorgung" im quantitativen Sinn: fast alle Personen werden durch die politischen Inhalte dieser Medien erreicht. 1970 wurden 7 % und 1974 5 % von keinem tagesaktuellen Medium mit politischen Inhalten erreicht. Die Gesamtreichweite des Angebots an politischen Informationen, das die tagesaktuellen Medien verbreiten, ist zwischen 1964 und 1974 stärker als die Gesamtreichweite dieser Medien gestiegen (KIEFER 1978,S.94). Hier gilt es aber zu differenzieren: "Der Anteil der Fernsehrezipienten, die sich seinem politischen Informationsangebot entziehen, hat sich zwischen 1964 und 1974 von 5 % auf 11 % mehr als verdoppelt. Genau gegenläufig war die Entwicklung bei Hörfunk und Tageszeitung." (KIEFER 1978, S.95) Nun muß man aber auch hier die durch die Medien auferlegten Zeitabläufe berücksichtigen: Wenn man unter dem politischen Informationsangebot "Nachrichten/Meldungen" mitversteht, dann ist

allein durch das Programmschema bei Hörfunk und Fernsehen die Wahrscheinlichkeit eines Kontaktes mit politischen Informationen zwangläufig höher als bei Tageszeitungen, weil dort der Zeitablauf des Lesens von den Rezipienten gesteuert wird und die Tageszeitung ein klar gegliedert und getrenntes "Programm" aufweist. In der Nutzung von Fernsehen und Hörfunk erfordert es schon große Anstrengungen, nicht mit politischen Informationen in Kontakt zu kommen. Andererseits ist damit noch nichts darüber ausgesagt, ob diese Informationen überhaupt perzipiert werden und wie sie perzipiert werden. (78)
Dennoch verweisen die Daten der Entwicklung von Mediaverfügbarkeit und Kontakten mit politischen Informationen schon an diesem Punkt auf Phänomene der "Säkularisation der Kommunikationsstruktur":

- Im Bereich der tagesaktuellen Medien (die in der Longitudinalstudie betrachtet wurden) ist eine Sättigungsphase erreicht.
- In der Sättigung mit tagesaktuellen Medien ist aber auch eine schichtspezifische Verzerrung festzustellen: die vorher "unterversorgten" unteren sozialen Schichten haben sich primär mit dem jüngsten Medium - dem Fernsehen - "nachgerüstet".
- Mit der Sättigung durch tagesaktuelle Medien ist eine Differenzierung im Umgang mit diesen und anderen Medien (79) zu erwarten.
- Daraus folgt: Gerade bei der Uniformität der Verbreitung und Verfügbarkeit von Medien verschärft sich das Problem der Heterogenität von Gebrauchswertansprüchen und Nutzungsverhalten gegenüber den Medien (80). Die Multifunktionalität der Medien (WEISS 1978; INFRATEST 1975; KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973) steigt mit der Uniformität ihrer Verbreitung bzw. Verfügbarkeit.

KIEFER stellt fest: "Ihre Reichweitengewinne als Träger politischer Informationen erzielten die Massenmedien ausschließlich bei Personen, die ohnehin das politische Informationsangebot mindestens eines anderen der tagesaktuellen Medien nutzen." (KIEFER 1978, S.106)
In der Medianutzung ist eine sehr starke Trennung zwischen der Nutzung von "Nachrichten" und "sonstigen politischen Inhalten" festzustellen: "Nachrichten sind bei allen drei Medien die primär genutzte Form politischer Information: Von dem Nachrichtenangebot mindestens eines der drei tagesaktuellen Medien werden 1974 neun von zehn Bundesbürgern werktäglich erreicht, 63 % nutzen mehr als eine Nachrichtenquelle. Im Durchschnitt informiert sich jeder Bundesbürger aus 1,9 Nachrichtenquellen.
Das Fernsehen erreicht 1974 65 % der erwachsenen Bundesbürger mit seinem Nachrichtenangebot, der Hörfunk 59 %, die Tageszeitung 52 %. Der Zusammenhang zwischen einem grundsätzlichen Interesse am politischen Geschehen und der Nutzung politischer Information in den Massenmedien ist weniger deutlich bei den Nachrichten, deren alltägliche Rezeption offensichtlich weitgehend habitualisiert ist. Dies gilt insbesondere für die Nachrichten im Fernsehen und Hörfunk. Er ist deutlicher für die weiterführende politische Information - hier auch bei Hörfunk und Fernsehen.
Der Hörfunk ist das einzige unter den drei Medien, dessen Rezipienten sich 1974 der weiterführenden politischen Information dieses Mediums in stärkerem Umfange entziehen als 1964." (KIEFER 1978, S.115)
Die Differenzierung in der Nutzung politischer Inhalte wird besonders deutlich, wenn die formale Schulbildung mitbetrachtet wird (Tabelle 4): Während die Nachrichtennutzung im Fernsehen keine allzugroßen Bildungsunterschiede aufweist, ist die Nutzung von Nachrichten der Tageszeitung sehr stark bildungsabhängig (81). Die

TABELLE 4 : REICHWEITE DER NACHRICHTEN UND KOMMENTARE IN DEN TAGESAKTUELLEN MEDIEN PRO DURCHSCHNITTSWERKTAG IN BILDUNGSGRUPPEN IN PROZENT FÜR 1974 UND 197o (IN KLAMMERN)

BILDUNGSGRUPPEN (1)	MEDIEN ALS TRÄGER POLITISCHER INFORMATIONEN		
	Fernsehen	Hörfunk	Tageszeitung
I. NACHRICHTEN			
Volksschule ohne Lehre	66 (59)	52 (48)	36 (34)
Volksschule mit Lehre	67 (62)	6o (56)	54 (48)
Mittelschule bis Universität	6o (57)	65 (56)	67 (63)
Gesamtbevölkerung über 14 Jahre	65 (6o)	59 (53)	52 (47)
II. KOMMENTARE UND SONSTIGE POLITISCHE INFORMATIONEN			
Volksschule ohne Lehre	41 (4o)	22 (28)	17 (1o)
Volksschule mit Lehre	43 (45)	22 (28)	29 (19)
Mittelschule bis Universität	35 (38)	25 (36)	46 (37)
Gesamtbevölkerung über 14 Jahre	4o (43)	23 (31)	31 (21)

(1): Die Bildungsgruppe "Mittelschule bis Universität" ist allerdings in Bezug auf "Kommentare etc." zu stark zusammengefaßt

QUELLE: zusammengestellt aus den Tabellen 46,47,5o,51 bei KIEFER 1978

Nutzung von Kommentaren und sonstigen politischen Inhalten ist allgemein deutlich niedriger als die Nachrichtennutzung. Eine auffällige Entwicklung zeigt sich darin, daß die Tageszeitung generell stärker für Hintergrundinformationen genutzt wird als 1970, daß die Tageszeitung in der Gruppe mit höherer Schulbildung stärker - das Fernsehen dagegen weniger - als in den "Volksschulgruppen" für politische Hintergrundinformationen genutzt wird (82).

Die Bindung an das inhaltliche Informationsangebot der tagesaktuellen Medien - dessen subjektive Unentbehrlichkeit - weist deutliche Bildungs-, Geschlechts- und Altersdifferenzen auf;

- mit zunehmender Schulbildung steigt die Bindung an "politisch aktuelle Informationen", während die Bindung an "regionale/lokale Informationen" und an das "Unterhaltungsangebot" abnimmt;
- mit zunehmendem Alter steigt die Bindung an "politisch aktuelle Informationen" und an "regionale/lokale Informationen", während die Bindung an "Unterhaltung" abnimmt;
- während Frauen eine stärkere Bindung an "Unterhaltung" und "regionale/lokale Informationen" äußern, ist bei Männern die Bindung an "politisch aktuelle Informationen" stärker.

In der subjektiven Bindung an die politischen Informationsangebote der tagesaktuellen Medien ist über alle Medien und alle soziodemografischen Gruppen hinweg eine eindeutige Dominanz einer "Nachrichtenorientierung" festzustellen. Zwischen den Medien und soziografischen Gruppen variiert dabei allein das Ausmaß dieser Nachrichtenorientierung. (vgl. KIEFER 1978, S.274ff: Tabelle 80-83)
Die "Bindung an das inhaltliche Angebot der Medien" ist nicht identisch mit dem tatsächlichen Nutzungsverhalten, zeigt aber Verhaltensdispositionen auf. Aber auch das

- in den Befragungen geäußerte - verbale Verhalten ist nicht unbedingt als faktisches Nutzungsverhalten zu akzeptieren: die "Teleskopie-Daten" entsprechen nicht immer den Befragungsdaten. (83)
In der Dekade von 1964 bis 1974 (und auch bis heute anhaltend) ist eine Zunahme der Angaben eines "politischen Interesses", der Nutzung politischer Informationsangebote und der subjektiven, polituiven Bewertung der politischen Informationsangebote festzustellen. Zugleich stellt sich aber auch heraus, daß den politischen Informationen zugunsten von Unterhaltungsangeboten vermehrt ausgewichen wird. Dies ist besonders deutlich in der Fernsehnutzung festzustellen, nachdem solche Umgehungsstrategien durch die Auflösung der alten Programmschemata und durch den Ausbau der "dritten Programme" ermöglicht wurden.

Im Bereich politischer Informationen läßt sich für die "Kommunikationskultur" der Bundesrepublik seitens des massenmedialen Publikums feststellen:

- o nahezu jedermann wird täglich mit politischen Informationen erreicht;
- o unter den Publikumspräferenzen für politische Inhalte dominiert eindeutig eine Nachrichtenorientierung, eine Bindung an sonstige politische Inhalte ist so gut wie nicht vorhanden;
- o Die Nachrichtenorientierung und habitualisierte Nutzung von Nachrichten scheint als Erfüllung bzw. Wahrnehmung der Norm des "informierten Bürgers" zu fungieren, die Einschaltquoten der Fernsehnachrichten - der Nachrichten mit der größten Reichweite - stimmen seit 1974 nicht mit der geäußerten Zuwendung zu Nachrichten überein.
- o Während die politischen Informationen des Fernsehens unabhängig von sozialen Merkmalen genutzt werden, ist die Tageszeitung das politische Medium der "Gebildeten".

Die v.a. unter dem Gesichtspunkt des intermedialen Wettbewerbs zwischen den tagesaktuellen Medien konzipierte Longitudinalstudie "Massenkommunikation 1964-1970-1974" hat in der Ausgangsphase 1964 speziell im Hinblick auf die politische Informationsfunktion dieser Medien einen Satz von Hypothesen formuliert und durch Trendanalysen überprüft. Die Hypothesen und ihre Überprüfung sind m.E. kritikwürdig. Die Formulierung der Hypothesen spiegelt deutlich die Interessen der ARD - des Auftraggebers- wider, was für sich noch nicht verwerflich ist. Die Hypothesen sind aber auf ein undifferenziertes Medienpublikum hin formuliert. (84) Aus den bisherigen Überlegungen hat sich aber erwiesen, daß ein homogenes Medienpublikum nicht unterstellt werden kann. "Der Zeitungsleser" oder "der Fernsehzuschauer" sind Durchschnittskonfigurationen, die mit der realen Situation kommunikativen Handelns soviel gemeinsam haben, wie die 1,9 Nachrichtenquellen, aus denen sich der Bundesbürger informiert, mit der konkreten "Tagesschau". Auch wenn es gilt, Mediennutzung als kommunikatives (soziales) Verhalten weiter zu differenzieren, sollen die Hypothesen der Logitudinalstudie hier aufgelistet werden (85):

"Die Erreichbarkeit mit politischer Information ist primär eine Funktion des grundsätzlichen politischen Interesses, weniger des bevorzugt genutzten Mediums (verifiziert)

Im Bereich der politischen Information ergänzen sich Fernsehen und Tageszeitung in hohem Maße, bei Fernsehen und Hörfunk ist die Komplementarität weniger deutlich (teilweise verifiziert)

Der Besitz eines Fernsehgeräts beeinflußt die Erreichbarkeit des Bundesbürgers durch politische Information in der Tageszeitung nicht negativ, er hat auch keinen negativen Einfluß auf die Dauer der Zeitungslektüre. Der Besitz eines Fernsehgeräts wirkt bei politisch Uninteressierten eher stimulierend auf die Nutzung der Zeitung(verifiziert)

Politisch wenig interessierte Fernsehteilnehmer werden durch die politische Information des Fernsehens in größerem Ausmaß erreicht als politisch wenig interessierte Zeitungsleser durch den politischen Teil der Zeitung. Die Selektion zuungunsten der politischen Information ist beim Zeitungsleser größer als beim Fernsehteilnehmer (verifiziert)

Politische Information wird von allen Massenmedien erwartet. Die am stärksten genutzte Kategorie sind die Nachrichten. Sie werden auch dann genutzt, wenn kein starkes politisches Interesse vorhanden ist (verifiziert)

Politische Information wird im Vergleich der Medien am häufigsten bei der Tageszeitung erwartet (falsifiziert)

Fernsehteilnehmer mit starkem politischen Interesse haben eine starke Bindung auch an die Tageszeitung, die vertiefende, weiterführende Information vermittelt (verifiziert)." (KIEFER 1978, S. 55)

2.2.3 Konzeptualisierung von kommunikativem Verhalten

Die Kommunikationskultur der Bundesrepublik Deutschland wird durch ein vielfältiges und weitverbreitetes Informations- und Medienangebot bestimmt. Im Bereich der tagesaktuellen Medien besteht - abgesehen von Defiziten der Tageszeitung - nahezu eine Vollversorgung der Bevölkerung mit medialen Kommunikationsmitteln und ein nahezu vollständiger Kontakt mit mindestens einem Medium.

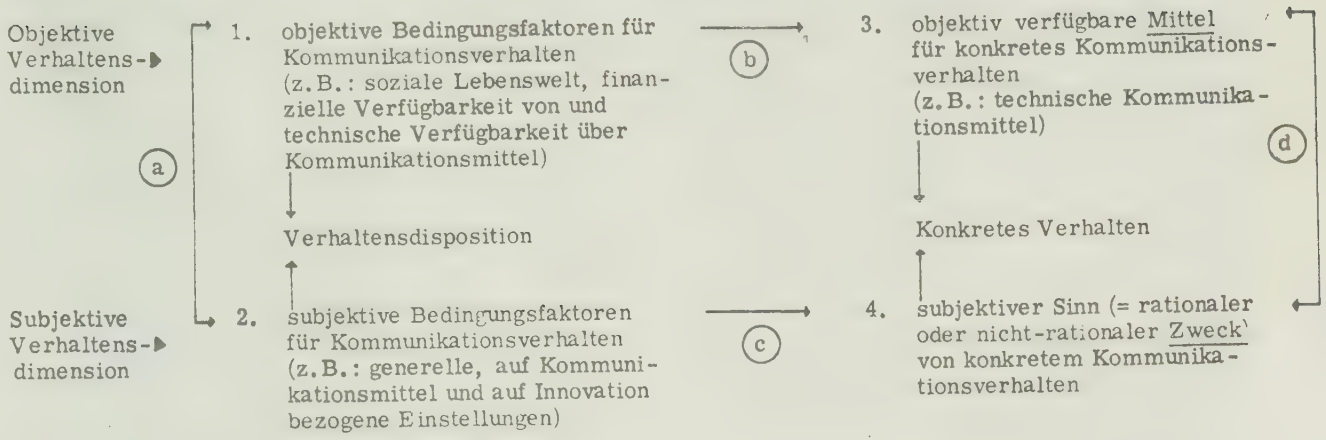
In dieser Situation stellt sich das Problem des Medienkontaktes nicht mehr, wohl aber das der Art des Medienkontaktes. Im wesentlichen wird damit der subjektive Sinn der Mediennutzung - zu welchem Zweck Kommunikationsmedien im Sinne von Mitteln dienen - zum Problem. (86)
Subjektiver Sinn wird konstituiert

- durch die objektiven (sozialen, ökonomischen, materiellen, technischen usw.) Lebensverhältnisse der Individuen,
- durch die Widerspiegelung dieser Lebensverhältnisse im Bewußtsein der Individuen (subjektive Erfahrungen, Bedürfnisse, Einstellungen, Meinungen).

Er ist zu verstehen als Verhaltensdisposition, technische Kommunikationsmittel für bestimmt Zwecke zu nutzen. (87)
Damit sollte eine Konzeptualisierung für die Nutzung massenmedialer Inhalte als ein konkretes Verhalten entworfen werden, die im nachfolgenden deskriptiven Schema noch einmal grafisch dargelegt wird.

Im Abschnitt 2.1.2 habe ich zu zeigen versucht, daß die generelle Teilnahme und spezifische Teilnahmeformen als Resultat rollenspezifischer Aktivierung stereotyper Systeme (Grafik 2) und daß politische Teilnahme als soziales Handeln begriffen werden kann. Die Zuwendung zu Massenmedien stellt gleichermaßen - wie z.B. politische Teilnahme - eine Sozialaktivität dar, die typische Verlaufsgestalten im Lebenslauf annimmt (PRESSEY/KUHLEN 1957), durch soziale Rollen geprägt (BERGLER 1966) und durch indi-

SCHEMA 3 : KOMMUNIKATIONSVERHALTEN UND MEDIENNUTZUNG QUELLE: AfK 1975, S.4



(a) subjektive Widerspiegelung objektiver Lebensverhältnisse (hier: kommunikative Dispositionen)

(b) Verfügungsmöglichkeit über objektive Verhaltensbedingungen (hier: konkrete Verfügbarkeit technischer Kommunikationsmittel)

(c) Konstitution von subjektivem Sinn für Verhalten (hier: konkrete Kommunikationszwecke)

(d) Konstitution von subjektivem Sinn für den zweckorientierten Gebrauch von Mitteln (hier: Nutzung technischer Kommunikationsmittel für konkrete Kommunikationszwecke)

viduelle vorgängige Erfahrungen im Sinne des Weil-Motivs (A.SCHÜTZ 1974) ausdifferenziert wird. Die Nutzung technischer Kommunikationsmittel ist so immer ein Verhalten für etwas und nicht ein Verhalten an sich. Der Nutzenansatz der Massenkommunikationsforschung stellt dar, daß technisch vermitteltes Kommunikationsverhalten ebenso wie unvermitteltes (interpersonales) Kommunikationsverhalten ein aktives Verhalten bedeutet (88).
In der Bundesrepublik Deutschland sind die Merkmale ausdifferenzierter, komplexer Gesellschaften als Bedingung kommunikativen Verhaltens gegeben: eine Fülle abstrakter und doch elaborierter Sozialbeziehungen, eine - durch die hohe gesellschaftliche Interdependenz bedingte - Vielzahl auferlegter Relevanzen usw., kurz eine hochkomplexe Mit- und Umwelt der Individuen. (89) Dieser Komplexität entsprechend weitet sich auf die Komplexität des möglichen und aktuellen subjektiven Sinns für Kommunikationsverhaltens aus.
Zwar sind allgemeine Verlaufsgestalten kommunikativen Verhaltens - wie z.B. die des kommunkativen Verhaltens im Lebensverlauf - auch hier immer noch gültig, bestimmte rollenspezifische stereotype Systeme sind im Kommunikationsverhalten zu identifizieren, (90) sie werden aber von einer Vielzahl von subjektiven Sinnsystemen für Kommunikationsverhalten überlagert.

LAZARSFELD/BERELSON/GAUDET stellten fest: "Ein Mensch denkt politisch entsprechend seinem sozialen Sein. Soziale Merkmale bestimmen die politischen Präferenzen." (LAZARSFELD/BERELSON/GAUDET 1969, S.62) (91) Dies gilt auch für den subjektiven Sinn von Kommunikationsbeziehungen, nur ist das soziale Sein der Menschen in hochkomplexen Gesellschaften nicht mehr mit einem relativ einfachen Satz von Determinanten zu begreifen. Gegen den lapidaren Satz: "Ein Mensch verhält sich in Kommunikationsprozessen entsprechend seinem sozialen Sein" spricht

weder das "Medienzentrierte Modell" der Massenkommunikationsforschung noch das "Publikumszentrierte Modell". (92) Diese Modelle unterscheiden sich aber beträchtlich im Entwurf der Komplexität sozialen Seins und sozialen Handelns. Dies läßt sich auch an der Entwicklung von Kommunikationsmodellen ablesen. Die frühen Konzeptionen, die unter dem "Stimulus-Response-Modell" zusammengefaßt werden, zeichnen sich durch eine sehr einfache Vorstellung vom Publikum aus. Durch die Ergebnisse der Lazarsfeld-Schule wurde deutlich, daß die Sozialbeziehungen des Publikums zu berücksichtigen sind, daß das Publikum komplizierter strukturiert ist. Die daran anknüpfenden Modellvorstellungen werden unter dem Etikett "modifiziertes Stimulus-Response-Modell", d.h. durch "intervenierende Variablen" modifiziert, subsumiert. Die Perspektive der "Einbahnstraße der Kommunikation" - vom Kommunikator zum Rezipienten - ist auch in diesem Modell beibehalten, wobei aber das mediale Publikum nicht mehr notwendigerweise im Sinne der Intentionen des Kommunikators reagiert. In diesen beiden Modellen agiert jeweils der "Kommunikator" und der "Rezipient" reagiert, wobei im letzten Modell die Reaktion des Rezipienten durch seine sozialen, psychischen usw. Situationen - die sich in den "Prädispositionen" des Rezipienten ausdrücken - modifiziert wird. Diese Modelle sind, formal ausgedrückt, rekursive Modelle linearer Kausalität: das "Publikumshandeln" ist im Kommunikationsprozeß abhängig vom "Kommunikatorhandeln". Der Nutzenansatz differenziert demgegenüber das Publikumshandeln als eigenständiges Handeln aus. Damit wird die - dem Kommunikationsprozeß inhärente - Komplexität erheblich gesteigert. (93) Auf den ersten Blick mag es so scheinen, als ob sich mit dieser Modellentwicklung die Zusammenfassung KLAPPERs über die Wirkungen der Massenkommunikation - Massenmedien seien weitgehend ohnmächtig - verschärft, dies ist aber, selbst dann wenn der Nutzenansatz in die Wirkungsperspektive

eingeht, nicht notwendigerweise der Fall. Gerade im Bereich der politischen Kommunikation - und dabei speziell im Problembereich des "Publikums" - wird das "limited effects model" (KLAPPER 1961) zunehmend bezweifelt. (93) In den letzten Jahren ist man dazu übergegangen, neue Fragen über "Kommunikation und Politik" zu stellen. (CHAFFEE 1975a) BLUMLER/GUREVITCH nennen drei Problemkreise, die es schwerpunktmäßig zu untersuchen gelte: "1. the valuation of politics as such; 2. degree of partisan commitment; 3. degree of consensus over society's agenda of political issues." (BLUMLER/GUREVITCH 1975,S.178)

In diesen drei Problemkreisen konzentrieren sich auch die neueren Ansätze der politische Massenkommunikationsforschung des angelsächsischen Raums. Dabei ragen zwei Perspektiven heraus: der Nutzenansatz, der danach fragt, warum sich die Menschen überhaupt politischen Inhalten der Massenkommunikation zuwenden, und der "Agenda-Setting-Ansatz", der die Funktion der Massenmedien v.a. im politischen Bereich als "Thematisierungsfunktion" begreift. Beide Ansätze greifen im weitesten Sinn Probleme der "Politischen Sozialisation durch Massenkommunikation" auf. (94)
Im zweiten Teil dieser Arbeit - der empirischen Sekundäranalyse - wird die Fragestellung durch diese beiden Ansätze entscheidend beeinflußt. Ich wende mich dabei längerfristigen Perspektiven des politischen Kommunikationsverhaltens zu, indem ich aus der Perspektive des Nutzenansatzes nach verschiedenartigen Zuwendungen und Gebrauchswertansprüchen an die politischen Inhalte der Massenmedien frage und verschiedene Rollen des politisch-medialen Publikums herauszuarbeiten versuche, indem ich die Thematisierung von "Politik überhaupt" durch die Massenmedien zum Problem stelle.

Zuvor sollen - im Hinblick auf den zweiten Teil - die wichtigsten Argumentationspunkte des ersten Teils in Form von Thesen zusammengefaßt, als Argumentationsstrang noch einmal entwickelt werden.

2.2.3 Zusammenfassung zur politischen Kommunikationssituation des politischen Publikums

Ausgangspunkt für die folgenden Thesen zum menschlichen kommunikativen und politischen Verhalten ist das Theorem des "homo duplex", des Menschen, der in der Gesellschaft als Doppelwesen - als Produkt und Produzent zugleich - auftaucht. (96)
"Es ist nicht die gesellschaftliche Wirklichkeit allein, die das Individuum 'macht'; und es ist auch nicht das Individuum allein, das die gesellschaftliche Wirklichkeit 'konstruiert'; es ist vielmehr beides zugleich wahr." (ZIJDERVELD 1972, S.21)
Der Ansatzpunkt der Thesenentwicklung bezieht sich vorerst auf den analytischen Bezugsrahmen des politischen Systems als Handlungsrahmen individuellen politischen und kommunikativen Verhaltens; womit aber nicht gesagt ist, daß dieser Bezugsrahmen von Individuen derart als ihre "soziale Umwelt" gesehen wird. (W.I.THOMAS 1966)

Die analytischen Rahmenbedingungen für das politische und kommunikative Verhalten der Bundesbürger liegen im System der politischen Kommunikation, das primär durch die Struktur des politischen Systems, aber auch des massenmedialen Systems bestimmt wird.

1. Im politischen System gehört das Publikum zur passiven Öffentlichkeit (DAHRENDORF 1974) der "Politik". Es ist rein instrumentell inkompetent. Die Rollen des Publikums sind nach den Erfordernissen des politischen Systems und speziell nach dessen Kommunikationswegen aufgeteilt. (LUHMANN 1970, S.164)

2. Einflußbedingung im politischen System ist die erfolgte Sozialisation in aktive politische Rollen - im Sinne der politischen Kommunikation: in politische "Kommunikatorrollen". Das politische Publikum ist auch im System der politischen Kommunikation

auf die Publikumsrolle verwiesen: auch unter dem kommunikativen Aspekt ist es in instrumenteller Hinsicht inkompetent.

3. Politische Kommunikation läuft als politisches Verfahren ab, in dem Themen zugespitzt, Entscheidungsmöglichkeiten vorselegiert, zugleich aber Entscheidungen legitimiert werden. Die politische Kommunikation dient als Verfahren der Politik i.e.S., um instrumentell bindende Entscheidungen zu treffen, aber auch um Systemvertrauen zu bilden und zu erhalten. In diesem Verfahren hat das politische Publikum die Rolle der "nichtteilnehmenden Teilnahme".

4. Die Massenmedien vermitteln das Verfahren der politischen Kommunikation, können aber aufgrund dieser strategischen Rolle auch die Rolle "politischer Kommunikatoren" übernehmen.

5. Die Publikumsrolle der "nichtteilnehmenden Teilnahme" ist nicht notwendigerweise eine passive Rolle. Diese Rolle ist passiv im instrumentellen Sinn: wer zum Publikum gehört, kann nicht ohne weiteres hinzutreten und reden. Sie ist aber aktiv im expressiven Sinn: "nichtteilnehmende Teilnahme" ist eine sinnvermittelte Teilnahme, die von dem in dieser Rolle Agierenden interpretiert wird (97).

6. Die "passive Teilnahme an Politik" besteht in der Verfolgung politischen Geschehens mittels der Massenmedien. Dies ist die symbolische Teilnahme derer, die aufgrund ihrer Rollen politisch nicht zu agieren vermögen, die aber trotzdem politisch beteiligt sein wollen.

7. Die Norm des "gut informierten Bürgers" bezieht sich nicht mehr direkt auf die Kompetenz als Voraussetzung aktiver "Entscheidungsrollen" (abgesehen von der Rollenerwartung des "rationalen Wählers"), sondern viel-

mehr auf die Sicherstellung des "Trotzdem-Beteiligtseins" und damit der Systemintegration.

8. Das politische Publikum erfährt "Politik" vermittelt, vorwiegend als Darstellung der "Politik" in den Massenmedien. Daraus folgt, daß die Massenmedien eine hohe Verantwortung für die Bereitstellung der "Erfahrungsmöglichkeit von Politik" tragen.

Für den politischen und kommunikativen Aspekt lassen sich folgende zwei empirische Rahmenbedingungen nennen:

9. Die in der Bundesrepublik dominierende Einstellung gegenüber "Politik" kann als "politischer Idyllismus" bezeichnet werden. Dieses Einstellungsmuster zeichnet sich durch ein sehr hohes Ausmaß rezeptiv-passiver Vergung politischer Vorgänge via Massenmedien, durch eine sehr hohe Wahlbeteiligung bei gleichzeitig offensichtlicher Distanz zur Politik und zu aktiven Komponenten des Demokratieverständnisses aus. Formale Aspekte demokratischer Herrschaft sind in der politischen Kultur der Bundesrepublik relativ unumstritten, Demokratie wird aber eher unter einem Harmonieaspekt als unter der Konfliktdimension gesehen.

10. Unter dem Aspekt der "Kommunikationskultur" gilt in der Bundesrepublik, daß im Bereich der tagesaktuellen Medien die "Säkularisation der Kommunikationsstruktur" im formalen Sinn erreicht ist: Nahezu alle Mitglieder der Gesellschaft verfügen über den Zugang zu mindestens einem tagesaktuellen Medium, nahezu alle werden täglich von den Medien und auch deren politischen Informationen erreicht. Dabei ist eine dominante Nachrichtenorientierung festzustellen; eine Bindung an sonstige politische Inhalte ist im Verhältnis zu "Nachrichten" so gut wie nicht vorhanden. Die Nachrichtennutzung verweist auf ein habitualisiertes Verhalten, darauf, daß die Information über Politik als auferlegte Relevanz betrachtet wird.

Innerhalb dieser theoretischen (1 - 8) und empirischen (9, 10) Rahmenbedingungen ist politisches und kommunikatives Verhalten zu betrachten. Die meisten Mitglieder der Gesellschaft haben ausschließlich Publikumsrollen; sowohl im politischen System, als auch im System der Massenkommunikation. Während die meisten ausdifferenzierten Publikumsrollen im politischen System determiniert sind, unterliegen die Publikumsrollen im System der Massenkommunikation der individuellen Ausdeutung.

Für das politische und kommunikative Verhalten des politischen Publikums ergeben sich hieraus - unter den Bedingungen der Bundesrepublik - folgende Thesen:

11. Die Gesellschaft und das politische (Teil-)System sind im Zuge ihrer Ausdifferenzierung für das Erleben und das Bewußtsein der Menschen zu einem Abstraktum geworden. (ZIJDERVELD 1972) Das politische Publikum ist zunehmend weniger in der Lage, sich sinnhaft im politischen System zu verstehen. Die tägliche Betroffenheit von Politik läßt aber, wo sie als relevant empfunden wird, keine Entfremdung im Sinne völliger Gleichgültigkeit zu. Die einzige alltäglich mögliche Kontaktbahn zur Politik ist - in der Gegenrichtung zur alltäglichen Betroffenheit - die Verfolgung politischen Geschehens mittels der Massenmedien. Die Rezeption politischer Inhalte der Massenmedien fungiert als symbolische Beteiligung an Politik (RÄDER 1975).

12. Die hohe Ausdifferenzierung, die formale Abstraktion und die - für das politische System notwendige - Unbestimmtheit von politischen Themen und Motivlagen verursachen Verunsicherungen des politischen Publikums. Diese Unsicherheiten verstärken die Tendenzen der Individuen zur Sinnverdichtung und zur Beseitigung von Ungewißheiten. Politisches Geschehen wird über die Konstruktion personaler Identitäten als Handlungsvollzug personaler politischer Akteure

(anstelle von Rollen und Prozessen) "rekonkretisiert". Besonders in der deutschen Tradition - in der Politik primär als Ordnungsleistung für ein harmonisches Gemeinwohl dargestellt wurde - schaffen die politischen Konflikte anstelle eigener Interessenreflexion verstärkte Harmoniebestrebungen als Strategien zur Auflösung von Unsicherheiten.

13. Diese Verkürzungen von Politik werden durch die Selbstdarstellung der Politiker und durch die Vermittlung eines entsprechenden Politikbildes durch die Massenmedien eher verstärkt als abgebaut. Das Bild der "Politik" ist v.a. unter Fernsehzuschauern, die keine Tageszeitung lesen, simplifiziert. (SCHMIDTCHEN 1974,S.85)

14. Die Zunahme des politischen Interesses und die stärkere Zuwendung zu politischen Inhalten der Massenmedien ist nicht unbedingt gleichbedeutend mit einer "Politisierung der Bevölkerung"; diese Daten können ebenso eine zunehmende "Entpolitisierung" indizieren. (98)

Weiterhin ergeben sich daraus Funktionsbestimmungen der Massenmedien im politischen System:

15. Die Massenmedien vermitteln Interpretationen und Darstellungen des "Politischen". Damit stellen sie einen wesentlichen Faktor der politischen Sozialisation dar, insbesondere wenn das politische Publikum "Politik" nur noch mittelbar erfahren kann.

16. Die Massenmedien thematisieren "Politik", und zwar in zwei Dimensionen:
    - o als permanentes Thema, d.h. als begriffliche Interpretation und Fixierung von "Politik";
    - o und als aktuelle Themenstruktur der Politik, als die Ereignisse, die gerade politisch zu interpretieren sind.

17. Die über die Massenmedien vermittelten Begriffsysteme des "Politischen" werden - wenn sie als Politikbegriffe von den Rezipienten internalisiert wurden - wiederum zum Bezugsrahmen für nachfolgende Perzeptionen politischer Inhalte der Massenmedien.

Aus der entwickelten Perspektive ergibt sich, daß die Problemstellung der Analyse des Verhältnisses von kommunikativem und politischem Verhalten des politischen Publikums weniger in Bezug auf ein politisches Einzelthema und einzelne politische Einstellungen bzw. Meinungen (z.B. Kampagnen, Parteipräferenzen, "issues"), sondern vor allem in Bezug auf "Politik" insgesamt zum Problem wird: Welche Art der "Thematisierung von Politik" zeigt sich im politischen und kommunikativen Verhalten des politischen Publikums?
Dazu muß aber das politische Publikum v.a. als Medienpublikum differenziert werden. Daraus ergeben sich folgende Hypothesen:

18. Das mediale Publikum ist nicht homogen. Es lassen sich verschiedene Publikumssegmente nach ihrem kommunikativen Verhalten unterscheiden. Diese Publikumssegmente weisen auch ein unterschiedliches politisches Verhalten auf.

19. Es gibt Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten, die kommunikatives und politisches Verhalten als eine Sozialaktivität kennzeichnen. Auf Politik bezogenen kommunikatives Verhalten gehört im weiteren Sinn zum politischen Verhalten, es ist ein Verhalten gegenüber "Politik" als Verhaltensobjekt, das sowohl instrumentell als "handlungsorientiertes Handeln", als auch expressiv als "integrationsorientiertes Handeln" auftreten kann.

ZWEITER TEIL

EMPIRISCHE SEKUNDÄRANALYSEN ZUM VERHÄLTNIS VON KOMMUNIKATIVEM UND POLITISCHEM VERHALTEN

1. Die Konzeption der sekundäranalytischen Untersuchung

1.1 Einleitende Bemerkungen zur Verwendung von Sekundäranalysen

Im Zusammenhang mit seiner Erörterung von Entwicklungsrichtungen bei der Analyse sozialwissenschaftlicher Daten hat sich Erwin K. SCHEUCH sehr nachhaltig für Sekundäranalysen als Forschungsstrategie eingesetzt. (SCHEUCH 1973) Trotzdem wird der Sekundäranalyse immer noch mit großem Mißtrauen begegnet. Dies mag verschiedene Gründe haben; einmal findet man Argumentationen, die Sekundäranalysen mit der Anrüchigkeit von "second-hand-Ware" verknüpfen, zum anderen sind unter Methodikern auch Zweifel laut geworden, ob es möglich sei, den ursprünglichen Sinnzusammenhang einer Erhebung in einen neuen (sekundäranalytischen) Bezugsrahmen überzuführen. Will man Sekundäranalysen betreiben, so ist es jeden-

falls notwendig, sich mit den Besonderheiten solcher Analyseformen gegenüber Originaluntersuchungen zu beschäftigen. Vorab kann dabei die Organisationsform der empirischen Sozialforschung als Problem aufgefaßt werden:

Empirische Erhebungen sind mit sehr hohen Kosten belastet. Diese finanzielle Belastung schlägt sehr stark auf die Forschungssituation durch. Das kann u.a. daran abgelesen werden, daß es inzwischen schon Forschungsprojekte gibt, die sich mit der Optimierung von finanziellem Einsatz und Effizienzausschöpfung bei empirischen Untersuchungen beschäftigen. (1)
In der universitären Forschung finden sich sehr viele Erhebungen (so v.a. in der amerikanischen Forschung), die - wegen der Kosten - innerhalb des "Campus" stattfanden. Die Verallgemeinerungsfähigkeit der Ergebnisse solcher Studien muß allein schon deshalb bezweifelt werden, weil nur Studenten befragt bzw. beobachtet wurden. Erhebungen außerhalb des universitären Bereichs - und erst recht sehr umfangreiche Erhebungen - verschlingen so viel Geld, daß sie von Universitäten allein nicht mehr getragen werden können. Die empirische Sozialforschung an Universitäten war darum immer stärker auf außeruniversitäre Sponsoren oder Auftraggeber angewiesen. Da solche außeruniversitären Auftraggeber von Forschungsprojekten selbstverständlich nicht nur von Altruismus, sondern von ihren eigenen Interessen geleitet werden, bildete sich die Art von empirischer Sozialforschung heraus, die als angewandte oder auch als "administrative" Sozialforschung bezeichnet wird (LAZARSFELD 1973). Als Folge dieser Entwicklung zeichnete sich nicht nur eine Fremdbestimmung der sachlich-inhaltlichen, sondern auch der zeitlichen Relevanzen ab: das Empfinden der Dringlichkeit sozialer Probleme seitens der Auftraggeber leitete das Erkenntnisinteres-

se solcher Forschung. Diese Phase prägte den Begriff einer "problemorientierten Sozialforschung", dem seitens des akademischen Forschungsinteresses der Gegenbegriff "Grundlagenforschung" entgegengehalten wird. (2)

In der Situation der empirischen Sozialforschung besteht also ein nicht unerhebliches Dilemma darin, daß die akademische Forschung zwar das wissenschaftliche Interesse, nicht aber die finanziellen Mittel für empirische Sozialforschung hat, während andererseits nicht-wissenschaftliche Institutionen zwar die finanziellen Mittel für solche Forschungen haben, dann aber häufig nicht-wissenschaftliche Relevanzkriterien an diese Forschung herantragen.

Weiterhin ist festzustellen, daß im Zuge der angewandten empirischen Sozialforschung eine ungeheure Menge von Daten erhoben wurde, die man nach einer bestimmten Fragestellung analysiert, dann aber nicht mehr beachtet hat. Dadurch hat sich eine Informationsflut (in den Archiven) angesammelt, die nicht nur nach den Kriterien der beantworteten Fragestellungen, sondern auch nach den Nischen der darin unbeachtet gebliebenen Information zu betrachten ist. (3)
Vergleicht man die Möglichkeiten universitärer empirischer Sozialforschung mit denen der "problemorientierten" angewandten Sozialforschung, so zeigt sich, daß die angewandte Forschung der universitären Forschung zwar finanziell überlegen ist, daß sich aber andererseits aus dem Zwang der angewandten Sozialforschung zu "aktuellen" und im Relevanzbereich eingeschränkten Analysen ein Vorteil der universitären Forschung entwickeln läßt, wenn die universitäre Forschung Zugang zu den Daten der nichtuniversitären Forschung erhält, so kann die (für die universitäre Forschung hoffnungslose) Konkurrenzsituation in komplementäre Kooperation umgemünzt werden.
Freilich ist das Potential einer solchen Kooperation begrenzt. Was - nach Maßgabe außeruniversitärer Relevanzkriterien - nicht erhoben wurde, kann auch nicht sekundär analysiert werden.

Zur methodologischen Betrachtung der Sekundäranalyse

Sekundäranalysen sind Auswertungen eines bereits vorliegenden Materials in einem neuen Bezugssystem (4).

Diese Definition von Sekundäranalysen erscheint problemlos, ist aber bei näherer Betrachtung mit einigen methodologischen Implikationen verknüpft: Sekundäranalysen sind weder einfach neue, zusätzliche Auswertungen, noch einfacher als "Originaluntersuchungen". Das Hauptproblem von Sekundäranalysen besteht in der Bildung eines neuen Bezugssystems.

Jede Erhebung geschieht innerhalb eines Bezugssystems, in dem die Erhebungsdimensionen operationalisiert und die Daten analysiert und interpretiert werden müssen. In einer Sekundäranalyse sind deshalb nicht nur die Dimensionen der angestrebten Analyse, sondern auch die Dimensionen der Ausgangsdaten zu beachten. Seit COOMBS seine Datentheorie vorgelegt (COOMBS 1964) und darin nicht nur die Datenerhebung, sondern auch die Datenkreation (data-making) theoretisch problematisiert hat, ist es möglich, den Prozeß der Bildung eines neuen Bezugsrahmens innerhalb von Sekundäranalysen als eigenständige methodologische Leistung zu begreifen.

Der Bezugsrahmen von Originalerhebungen bestimmt sich in der Regel (5) aus einem bestimmten Erkenntnisinteresse, das die Untersuchungsdimensionen in ihrem Verhältnis zueinander bestimmt. Daraus werden die Operationalisierungen einzelner Variablen abgeleitet. Die Operationalisierung der Variablen muß dabei auf die Ebene beobachtbaren Verhaltens - d.h. fast immer verbalen Verhaltens - bezogen werden. Untersuchungstechnische "Qualitätskriterien" dieser Operationalisierungen sind deren Reliabilität und Validität. Für die Auswertung und Interpretation von Erhebungsdaten in Sekundäranalysen verschärft sich aber ein weiteres Problem der Datenerhebung, nämlich das "Klima" der Erhebung (die Erhebung in ihrer sozialen

Situation), das in die Operationalisierungsphase zwar eingeht, als solches aber schwerlich zu kontrollieren ist. Dabei spielt v.a. die Erkennbarkeit der Untersuchungsabsicht im Bezugsrahmen der Untersuchung und die Auswirkung auf das beobachtete (verbale) Verhalten eine wesentliche Rolle (6).

Wenn in Sekundäranalysen ein neues Bezugssystem auf vorliegende Daten übertragen werden soll, so lassen sich die Möglichkeiten und Grenzen dieser Übertragung nicht allgemein bestimmen. Generell wird unter "Sekundäranalyse" eine Methodologie verstanden, in der vorhandene Daten unter einem neuen Bezugsrahmen analysiert werden, nicht aber eine ganz bestimmte Analyseart.

Sekundäranalysen lassen sich nach folgenden Möglichkeiten klassifizieren:

1. Originaldaten einer Erhebung werden unter neuen Verknüpfungsaspekten analysiert.
2. Originaldaten einer Erhebung werden dazu verwandt, neue Daten zu bilden und diese zu analysieren.
3. Originaldaten mehrerer Erhebungen werden zu einem neuen Datensatz fusioniert und dann analysiert, wobei die Originaldaten erhalten bleiben.
4. Originaldaten mehrerer Erhebungen werden zu einem neuen Datensatz fusioniert und dann analysiert, wobei neue Daten gebildet werden.

Diese Einteilung folgt lediglich dem Kriterium der Datenverwendung, hinzu treten noch vielfältige Möglichkeiten der Analyseziele (vgl. z.B. SCHEUCH 1973, S.171ff).

Die Fusionierung von mehreren Erhebungen mit einer Neubildung von Daten gehört wohl zu einer der schwierigsten Methodologien in der empirischen Sozialforschung. Eine solche Fusionierung von Datensätzen wirft schon in ihrer einfachsten und problemlosesten Form, der Panel-Erhebung, große methodologische Probleme auf. Die Fusionierung von

verschiedenen Datensätzen zu einem einheitlichen Ganzen bedarf erst recht eines sehr hohen methodischen Aufwands.

Ich werde im zweiten Teil dieser Untersuchung drei verschiedene Einzelerhebungen in einem gemeinsamen Bezugsrahmen - kommunikatives und politisches Verhalten in der im ersten Teil entwickelten Perspektive - einer Sekundäranalyse unterziehen. Diese Sekundäranalysen gehören nach der oben angeführten Klassifikation zum Typ 2. Die Diskussion methodologischer Probleme von Sekundäranalysen soll darum auf Probleme dieses Typs beschränkt werden.

In der hier vorgelegten Sekundäranalyse wird nicht der Versuch unternommen, die drei betrachteten Originalerhebungen zusammen zu analysieren. Jede Studie soll für sich analysiert werden, und erst aus den drei getrennten Analysen sollen Aussagen in einem gemeinsamen Bezugssystem diskutiert werden.
Alle drei Studien thematisieren das Verhältnis von politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten, außerdem wurden alle drei Studien im Umfeld von Bundestagswahlen erhoben. Die Untersuchung zu den Fernsehdiskussionen im Wahlkampf bezieht sich auf die Bundestagswahl 1972, die beiden anderen Untersuchungen lagen vor und nach der Bundestagswahl 1976. In diesen Erhebungszeitpunkten muß eine Verzerrung des Untersuchungsthemas "politisches Verhalten und Kommunikationsverhalten" gesehen werden. Gegenüber "Alltagssituationen" muß festgehalten werden, daß zu den Erhebungszeiten das Thema "Politik" mehr als sonst in das Bewußtsein der Befragten gedrungen ist, und daß dieses so geschärfte Bewußtsein durch die Thematik der Befragungen (vielleicht mit Ausnahme der allgemeiner gehaltenen Befragung zur politischen Bildung) verstärkt wurde. Für die Ergebnisse der Analysen müssen daher die Implikationen der besonderen - nicht alltäglichen - Wahlkampfsituation beibehalten werden. Die Auswahl der

hier für die Sekundäranalysen zugrunde liegenden Originalerhebungen bedarf nicht zuletzt wegen dieser - theoretisch nicht angestrebten - Konformität einer ausführlichen Begründung. Diese Begründung ist m.E. im Zusammenhang mit einer Auseinandersetzung mit den "Routineverfahren" der empirischen Sozialforschung zu verdeutlichen.

Begründung der Auswahl der Originaluntersuchungen für die Sekundäranalyse

Der Gesamtzusammenhang der drei herangezogenen Originaluntersuchungen besteht darin, daß sowohl politisches als auch kommunikatives Verhalten in verschiedenen Bevölkerungssegmenten betrachtet wird. Das Ziel der Sekundäranalyse ist, Zusammenhänge zwischen politischen und kommunikativen Verhaltensweisen festzustellen.

Bei der Betrachtung von Routineverfahren der angewandten Sozialforschung (v.a. der Demoskopie) hat sich gezeigt, daß die Erhebung von Daten in einer Stichprobe, die die Repräsentativität für die Gesamtbevölkerung gewährleisten soll, zwar ihren deskriptiven Zweck erfüllt, für die Analyse von Zusammenhängen jedoch weniger gut geeignet ist. Auf einen solchen Aspekt macht SCHEUCH aufmerksam: "Die Auswertung von Umfragen bleiben oft sehr enttäuschend. Gut abgebildet werden durchweg nur Majoritätserscheinungen, und selbst diese können nur in Abhängigkeit zu wenigen Faktoren sukzessiv dargestellt werden." (SCHEUCH 1973, S.175f) Aus diesem Grund schlägt SCHEUCH die Analyse von fusionierten Datensätzen vor, in denen Minoritätserscheinung auf eine Datenbasis gestellt werden, die differenziertere Analysen erlaubt. Eine andere Möglichkeit, die Zentralisierung und Egalisierung auf Majoritätserscheinungen zu vermeiden, besteht aber auch in der bewußten Verlagerung der Erhebung auf Bevölkerungssegmente in Zielgruppenuntersuchungen oder in der

Quotierung der Stichprobe auf theoretisch relevante Merkmale. Mit der Entscheidung für eine Quotenstichprobe dieser Art muß natürlich der Abbildanspruch der Deskription aufgegeben werden. Unter einer "Quotenstichprobe" wird im vorliegenden Zusammenhang die bewußte Verzerrung von beobachteten Merkmalen im Sinne von experimentellen Designs verstanden. Eine solche Untersuchungsanlage unterscheidet sich beträchtlich von den, auf eine exakte Beschreibung der Verteilung von Merkmalen in der Bevölkerung ausgerichteten, repräsentativen Erhebungen. (7)

Die Entscheidung für "experimentelle" und gegen "repräsentative" Untersuchungsdesigns läßt sich mit SCHEUCH begründen, der zu bedenken gibt: "Vor allem entsprechen Analysen, in denen die Interaktion mehrerer Bedingungen aufgezeigt wird, sehr viel mehr dem heute vorherrschenden Typus soziologischer Theorie als der für übliche Umfragen zur Routine gewordene Typ der Auswertung." (SCHEUCH 1973, S.174)

Es darf nicht vergessen werden, daß z.B. die erreichte Exaktheit von Wahlprognosen im wesentlichen darauf beruht, daß durch Verfeinerungen der Stichprobentheorie und Stichprobenbildung ziemlich exakte inferenzstatistische Schlüsse gezogen werden können, daß diese Schlüsse jedoch aus Abbildtheorien (statistisch: aus der Theorie von Beobachtungsfehlern) nicht aber aufgrund von Erklärungen zustande kommen. Die Kausalität solcher Prognosen liegt in der Methode, ohne daß diese Prognosen auf inhaltlicher Kausalität beruhen. (8)

Erhebungen, die auf Repräsentativität von Merkmalen abzielen, verfälschen oft die soziale Wirklichkeit. Solche Verfälschungen treten v.a. im Zusammenhang mit der Verwendung von standardisierten Befragungen auf. Standardisierung kann nämlich nur die Antizipation von Majoritätserscheinungen bedeuten. Soziale Besonderheiten geraten so in das Licht devianter Erscheinungen. So geschieht

es z.B., daß in einer Typologie von Kommunikationsbedürfnissen ältere Menschen als "interesselos und bedürfnislos" rubriziert werden, weil sie andere als die vorgegebenen Interessen haben. (9) Solche auf vorfixierte Majoritätserscheinungen ausgerichtete Perspektiven werden dann in der Analyse durch das statistische Axiom der Normalverteilung (GAUSSsche Glockenkurve) reproduziert. In der Tradition der empirischen Sozialforschung sind demgegenüber sehr gute empirische Analysen zu finden, die sich auf einen bestimmten "Sinnzusammenhang" beschränken und auf Repräsentativität für die Gesamtbevölkerung verzichten (10). Mit einer Forschungsstrategie, die sich wieder auf sinnhaft abgegrenzte soziale Segmente bezieht, könnte auch die Kluft zwischen der "verstehenden" und der "empirischen" Sozialforschung überbrückt werden.

1.2 Zum Untersuchungszusammenhang

1.2.1 Methodologisches Konzept der Sekundäranalysen

Die Auswahl der Untersuchungen, auf die im folgenden sekundäranalytisch zurückgegriffen wird, ist unter den forschungsstrategischen Aspekten der Konzentration auf theoretisch besonders relevante Bevölkerungssegmente zu betrachten. (11)

- In der Untersuchung über die Rolle der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 war ein experimentelles Design angelegt, in dem (teilweise im Gegensatz zur Verteilung in der Bevölkerung) die Merkmale "Schulbildung", "Geschlecht", "Alter" und "Regierungs- bzw. Oppositionspräferenz" in ungefähr gleich großen Gruppierungen in der Stichprobe enthalten sein sollten.

- In der Untersuchung über das Kommunikationsverhalten von Jungwählern (d.h. von Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 das erste Mal hätten wählen können) wurde eine in etwa gleiche Gruppierung nach den Merkmalen "Wähler vs. Nichtwähler", "Geschlecht" und "Bildung" angestrebt, wobei per Definition die Altersgruppe konstant gehalten wurde.
- In der Untersuchung zum "Informationsverhalten zur politischen Bildung" wurden die Abonnenten der Wochenzeitung 'DAS PARLAMENT' befragt, wobei diese Zielgruppe unter dem Aspekt der spezialisierten Nutzung politischer Information betrachtet wurde. Ferner ist diese Zielgruppe "Abonnenten der Wochenzeitung 'DAS PARLAMENT' identisch mit einem Bevölkerungssegment, das im Zusammenhang politischer Kommunikation v.a. in den Merkmalen "hohe formale Bildung" und "hohes politisches Involvement" bezogen auf die Gesamtbevölkerung atypisch ist.

In der Sekundäranalyse werden also drei verschiedene Sinnzusammenhänge der Nutzung politischer Informationen (vorerst getrennt) betrachtet:

1. Die sachlich-inhaltlich spezifizierte Nutzung politischer Informationen im Fernsehen
   (Parallelisierung der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen)
2. Die soziale Spezifizierung auf Jungwähler und auf Wahlverhalten
   (Parallelisierung der Stichprobe nach soziodemografischen Merkmalen und nach Verhaltenstypen)
3. Die soziale Spezifizierung auf hohes politisches Involvement und hohe formale Bildung mit einer sachlich-inhaltlichen Spezifizierung auf spezialisiertes Informationsverhalten.

Die Untersuchung von politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten gewinnt in diesen drei Segmenten m.E. an theoretischer Bedeutung.

- Die Rolle des Mediums "Fernsehen" für politische Informationsvermittlung ist besonders umstritten. Häufig werden dabei Besonderheiten dieses Mediums in der Vermittlung politischer Informationen (v.a. die Personalisierung von Politik), im Zugang (Bequemlichkeit) und in der Attraktivität des Mediums als Aspekte kontroverser Diskussionen angeführt. Dabei geht es häufig um die Frage, ob das Fernsehen ein "politisches Medium" sei, oder ob es eher den Charakter eines Unterhaltungsmediums habe.

- Um medienzentrierte Aspekte in der Vermittlung politischer Informationen geht es auch in einem bisher weitgehend unbeachteten Feld: in der Nutzung politischer Fachzeitschriften. Diese Perspektive der Betrachtung hoch spezialisierter Kommunikationskanäle ist v.a. im Umfeld des Kommunikationsverhaltens politischer Sozialisatoren (z.B. Sozialkundelehrer) theoretisch sehr wichtig. Unter dem Nutzungsaspekt liegt dabei eine theoretische Relevanz darin, daß hier die Nutzung und die Erwartung an politische Informationen in einem Sinnsystem thematisiert wird, das sich durch eine hohe formale Bildung einerseits und durch hohe politische Aktivität bzw. Involviertheit andererseits hervorhebt. In einem solchen Segment interessieren v.a. die sonst für die Bevölkerung atypisch weit ausdifferenzierten Interessen für politische Informationen (d.h. in diesem Segment kann ein Interesse für politische Informationen vorausgesetzt und politische Informationsabsichten nach ihrer Art weiter ausdifferenziert werden).

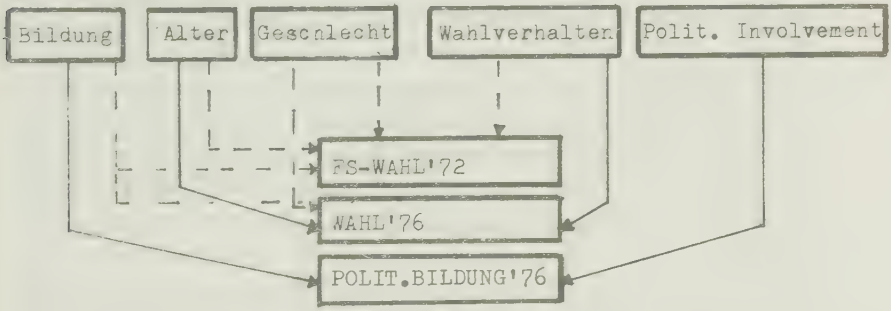
- Das dritte Untersuchungssegment konzentriert sich auf die besondere Situation von Erstwählern. Das theoreretische Interesse an dieser Situation verdeutlicht sich darin, daß hier eine Verfestigungssituation im politischen Verhalten, aber auch im Kommunikationsverhalten, unterstellt wird. Soziales Verhalten als Sinnmuster in Lebenszyklen hebt unter dem Aspekt der politischen Sozialisation die Situation der Erstwähler als wichtige Station im politischen Sozialisationsprozeß hervor. In dieser Situation, in der Jugendliche zum ersten Mal mit der politischen Handlung des Wählens konfrontiert werden, wird m.E. das Verhältnis von Kommunikationsverhalten und politischem Verhalten besonders wichtig.

Die gesamte Analyse läßt sich mit ihren einzelnen Differenzierungen in folgenden Bezugsrahmen schematisieren:

Bezugsrahmen: Kommunikationsverhalten und politisches Verhalten		
Medienzentriert	Situationszentriert	Situations- und medienzentriert
Fernsehen	Jugendliche Wähler vs. Nichtwähler	hohe Bildung hohe politische Involviertheit spezialisiertes polit. Kommunikationsverhalten
FS-WAHL'72	WAHL '76	POLIT.BILDUNG '76

Dieser Gesamtzusammenhang kann auch nach Rollendefinitionen für kommunikatives und politisches Verhalten klassifiziert werden:

Besondere Rollendeterminanten für Kommunikationsverhalten und politisches Verhalten in den drei Teilanalysen



1.2.2 Die Datenbasis der Sekundäranalyse

In diesem Abschnitt sollen die Originaluntersuchungen in ihren Grundzügen beschrieben werden. Zusätzliche Informationen werden in die Darstellung der einzelnen Sekundäranalysen einbezogen. Die Untersuchung über die Rezeption der Fernsehdebatten im Wahlkampf 1972 ist publiziert, daher kann die Erläuterung dieser Studie sehr knapp gehalten und auf die Publikation verwiesen werden (12). Die zweite Datengrundlage, die Untersuchung des Medianutzungsverhaltens von potentiellen Erstwählern, wird mit dieser Analyse zum ersten Mal veröffentlicht. Die dritte Datenquelle, die Untersuchung über die Nutzung der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" als Medium der politischen Bildung, bedarf schließlich einiger ausführlicher Anmerkungen zur Untersuchung, da diese nur in der Form von Berichtsbänden, nicht aber als Veröffentlichung vorliegt.

1.2.2.1 Wahlkampf im Fernsehen - Rezeption und Perzeption der Fernsehdebatten im Wahlkampf 1972

Diese Untersuchung baut auf der Tradition der US-amerikanischen Studien zu den Fernsehdiskussionen zwischen NIXON und KENNEDY im Präsidentschafts-Wahlkampf 1960 auf. Wenn immer wieder die Behauptung aufgestellt wird, das Fernsehen hätte die Wahl X entschieden, so wird auf die Interpretation dieser schon legendär gewordenen Fernsehdiskussion zurückgegriffen.(13)
Die spezielle Vermittlungsleistung des Mediums Fernsehen wird aufgrund seiner wahrnehmungsästhetischen Qualitäten v.a. in der Bereitstellung symbolisch-expressiver Interpretations- und Wahrnehmungsmuster gesehen. Fernsehen, so wird zum Thema "Politik" argumentiert, vermittle weniger Sachinhalte als symbolische Images und Selbstdarstellungen von Politikern.(14)
Die Untersuchung über die Rezeption und Perzeption der Fernsehdebatten im Wahlkampf 1972 fragt - auf einen groben Nenner gebracht - danach, ob die Fernsehdebatten seitens der Rezipienten überhaupt als Informationen im Sinne der Informationstheorie, oder bloß redundant wahrgenommen werden; und danach, ob solche Fernsehdebatten einer sachlich-inhaltlichen Politisierung oder eher einer Personalisierung von Politik Vorschub leisten. (15)
Da die Untersuchungsfrage auch auf tendenzielle Veränderungen abzielte, war eine Panel-Erhebung notwendig. Die Untersuchung war insgesamt als Pilotstudie angelegt, da der Untersuchungsgegenstand weder theoretisch noch empirisch ausreichend erforscht war (und immer noch ist).
Das bedeutet, daß keine strengen Hypothesentests angestrebt, sondern daß vielmehr im deskriptiven (aber nicht auf Repräsentativität ausgelegten) Bereich Daten gesammelt wurden.

Für die Sekundäranalyse kann die Datengrundlage dieser Untersuchung folgendermaßen charakterisiert werden:

- Die Panel-Analyse als Pilot-Studie bedingt, daß in der Stichprobe relativ wenig Personen (N=91) betrachtet wurden.

- Andererseits sind in dieser relativ kleinen Stichprobe sehr viele Informationen gesammelt worden (insgesamt wurden fünf z.T. sehr umfangreiche Fragebogen eingesetzt).
- Aufgrund der spezifischen Fragestellung wurde aber nur ein Teil dieser Informationen ausgewertet, wobei die Auswertung selbst auf eine Deskription nach vorbestimmten Gruppenkriterien beschränkt blieb.

Für weitergehende, differenzierte statistische Analysen stellt sich bei dieser Stichprobe das Problem, daß teststatistische Voraussetzungen nicht in wünschbaren Ausmaßen gegeben sind. Aufgrund des geringen Stichprobenumfangs erweist es sich als sehr schwierig, Unterstichproben zu bilden. In der Sekundäranalyse wird dieses Problem erhalten bleiben. Die Bedeutung dieser Untersuchung liegt deshalb weniger in ihrer formalen Datenqualität, als vielmehr darin, daß sich in dieser Erhebung sehr stark ausdifferenzierte und theoretisch relevante Informationen zur Nutzung politischer Informationen im Fernsehen und speziell zur Perzeption solcher Informationen befinden.

Für die Sekundäranalyse kommt es darauf an, die weitgehenden Differenzierungen dieser Datengrundlage (Panel-Charakter, viele deskriptiv angelegte Einzelmerkmale) in einem neuen Bezugssystem (nämlich dem der gesamten Sekundäranalyse) zu vereinfachen und für neue Analysen zur Verfügung zu stellen:

- der Panel-Charakter wird aufgegeben, d.h. die Untersuchung wird als eine Einheit behandelt;
- diejenigen Informationen der Erhebung, die im neuen sekundäranalytischen Bezugsrahmen relevant sind, werden ausgewählt;
- im sekundäranalytischen Bezugsrahmen sind nicht mehr die diskreten (deskriptiven) Merkmale, sondern theoretisch begründete Merkmalsklassen relevant.

Die Aussagefähigkeit dieser Daten ist aus verschiedenen Gründen eingeschränkt:

1. Die Erhebung ist nicht repräsentativ
   Aus der Verteilung von Merkmalen in der Stichprobe kann kein Schluß auf die Verteilung in der Bevölkerung gezogen werden.
2. In der Sekundäranalyse können zwar typische Konstellationen (z.B. Medianutzungstypen) festgestellt werden, ohne daß man hieraus schließen kann, in welchem Ausmaß solche Konstellationen in der Bevölkerung anzutreffen sind.
   Die Situation des Wahlkampfes 1972 muß als beeinflussende Größe für das Antwortverhalten der Befragten berücksichtigt werden. Ich sehe darin eine schein-politisierte Situation, die sich zwar für die Ebene der politischen Meinung, nicht aber für die Ebene des Kommunikationsverhaltens befragungstechnisch günstig ausgewirkt hat.
   In der Sekundäranalyse sind besonders die Angaben über die Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien eher als projektive, denn als faktische Verhaltensgrößen zu interpretieren.
3. Das Datenmaterial weist hohe Beobachtungsfehler im Sinne der Teststatistik auf. In der Analyse dieser Daten ist das Fehlerrisiko 1. Art und 2. Art (sowohl Verwerfung wahrer Aussagen, wie Akzeptanz falscher Aussagen) sehr hoch. Dies muß bei der Interpretation der Analysen hingenommen und beachtet werden. Auch formal-statistische Hypothesentests sollen und können keine Exaktheit vortäuschen. (Abgesehen von der Besonderheit der vorliegenden Stichprobe darf allgemein nicht vergessen werden, daß statistische Aussagen mit Wahrscheinlichkeiten und nicht mit exakten Größen operieren.)

Übersicht 4: Datengrundlage der Sekundäranalyse

Untersuchung	: Rezeption der Fernsehdebatten im Wahlkampf 1972
Kurztitel	: FS-WAHL'72
Durchführung	: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung; Projektleitung: H.J. Weiß
Erhebung	: Vor und nach der Bundestagswahl 1972
Veröffentlichung:	Hans-Jürgen Weiß Wahlkampf im Fernsehen Untersuchung zur Rolle der großen Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 1972 (AfK-Studien Bd. 5) Berlin, 1976
Methode	: a) Panelbefragung mit standardisierten Fragebogen nach Quotenkriterien b) Quotenkriterien der Stichprobe: Parteipräferenz, Geschlecht, Schulbildung, Alter
Fragestellung	: Rezeption bzw. Perzeption der Frensehdiskussionen durch die befragten Personen Bedeutung der Fernsehdiskussionen für die Rezipienten ô auf der Ebene der von den Befragten selbst unterstellten Bedeutung der Fernsehdiskussionen; o auf der Ebene der faktischen Rezeption der Interaktion und Argumentation der Politiker und Journalisten in den Fernsehdiskussionen durch die Befragten; o auf der Ebene von politischen Meinungen, Einstellungen und politischem Verhalten der Befragten und - gegebenenfalls - diesbezügliche Veränderungen.
Bemerkungen	: a) die Konzeption der Untersuchung war im wesentlichen aus der Rezeption der von KATZ/FELDMANN zusammengetragenen empirischen Untersuchungen zu den Debatten zwischen Kennedy und Nixon abgeleitet. b) In einer Voruntersuchung wurde die Quotenvorgabe nicht erreicht. Das Panel wurde bereinigt und in einer Nacherhebung aufgefüllt. Die Stichprobe umfaßt im bereinigten Panel 91 Personen nach den Quotenkriterien.

Übersicht 5: Datengrundlage der Sekundäranalyse

Untersuchung: FS-WAHL'72
Rezeption der Fernsehdebatten im Wahlkampf 1972

Charakterisierung der Stichprobe nach den Quotenkriterien

1.
Quotierung nach Parteipräferenz, Schulbildung und Geschlecht (absolute Häufigkeiten)

Schulabschluß/ Geschlecht:	Parteipräferenz für SPD/FDP	für CDU/CSU	unentschieden	Gesamt
Volksschule/männlich	9	5	9	23
Volksschule/weiblich	10	7	5	22
Abitur/männlich	15	8	6	29
Abitur/weiblich	9	1	7	17
Gesamt	43	21	27	91
Schulbildung:				
Volksschulabschluß	19	12	14	45
Abitur	24	9	13	46
Geschlecht:				
männlich	24	13	15	52
weiblich	19	8	12	39

1.2.2.2 Medianutzungsverhalten von Jugendlichen

Die Daten dieser Untersuchung wurden in einer Methodenübung am Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) im Wintersemester 1976/1977 erhoben. In diese Erhebung gingen thematisch verschiedene Interessen ein. Einerseits bestimmte der Nutzenansatz der Massenkommunikationsforschung das Analysedesign, andererseits ergab sich gerade für die Zielgruppe "Jugendliche Erstwähler" die Perspektive, daß in dieser Zielgruppe sowohl ein besonderes Kommunikationsverhalten (Hörfunknutzung, Nutzung sonstiger Unterhaltungselektronischer Medien, wie Schallplatten usw.) wie auch ein besonderes politisches Verhalten (Stichwort "Staats- bzw. Parteienverdrossenheit") vorliegt. Mit relativ bescheidenem Mitteleinsatz wurde aber doch eine Stichprobe erreicht, mit der wesentliche Probleme des kommunikativen und politischen Verhaltens von Jugendlichen analysiert werden können. Als Stichprobenumfang wurden 150 Personen angestrebt, weil dieser Stichprobenumfang eine Optimierung des "Machbaren" und der Aussagekraft der Daten darstellte.
Bei konstant definiertem Alter (Jungwähler) wurde eine Gleichverteilung der drei Merkmale Wahlverhalten, Geschlecht und Schulbildung angestrebt. (vgl. Übersicht 6)
Die Erhebung folgte also einem quasi-experimentellen Design.

Zur Aussagefähigkeit der Daten

Durch die bewußt herbeigeführte Verzerrung der Stichprobe nach dem quasi-experimentellen Design können keine Aussagen über die Gesamtheit "Jugendliche, die bei der Bundestagswahl 1976 zu ersten Mal hätten wählen können" getroffen werden. Die Quotierung erlaubt aber einen "experimentellen Vergleich" nach den Merkmalen Wahlverhalten, Geschlecht und Schulbildung. Die angestrebten Quoten wurden sehr gut erfüllt. Die Stichprobe umfaßt 161 Jugendliche, davon 84, die gewählt haben und 77, die nicht gewählt haben. Dadurch lassen sich die Verhaltensweisen "Wähler" bzw. "Nicht-Wähler" gut kontrastieren.

Übersicht 6: Datengrundlage der Sekundäranalyse

Untersuchung	: Medianutzungsverhalten von Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal gewählt haben bzw. hätten wählen können
Kurztitel	: WAHL'76
Durchführung	: Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München; Projektleitung: H.J. Weiß
Erhebung	: nach der Bundestagswahl 1976
Veröffentlichung	: keine
Methode	: Interviews mit standardisiertem Fragebogen nach Quotenkriterien Quotenvorgabe: 150 potentielle Erstwähler davon: 50% Wähler/50% Nichtwähler je ein Drittel -Volksschule mit und ohne Lehre -Realschule, Mittlere Reife etc. -Abitur mit und ohne Studium 50% männlich/50% weiblich
Fragestellung	: Wie und wozu werden die Medien Tageszeitung/Hörfunk/Fernsehen genutzt und welche Folge hat das für den einzelnen? Speziell: Gibt es zwischen Wählern und Nichtwählern Unterschiede in der Nutzung von Massenmedien?
Bemerkungen	: a) die Quotenvorgabe wurde erreicht; b) folgende Dimensionen wurden erhoben: -inhaltsspezifische Nutzung der Medien -Informationsabsichten und Gratifikationsmöglichkeiten der Medien -Politische Einstellungen -Politische Meinung (Parteipräferenz) -Wahlverhalten -soziodemographische Daten In der Stichprobe befinden sich 161 Jugendliche, davon 84 Wähler und 77 Nichtwähler

1.2.2.3 Untersuchung zur Nutzung der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" als Medium der politischen Bildung

In dieser Untersuchung, die auf einem Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung zurückging, sollte Struktur, Inhalt und Nutzung der Beilage "aus politik und zeitgeschichte" unter dem Aspekt des Kommunikationsprozesses zur politischen Bildung betrachtet werden. Aus den drei Untersuchungsgegenständen - Intention der Redaktion, Inhalt der Beilage, Nutzung der Beilage - ist an dieser Stelle die Teiluntersuchung über die Nutzung der Beilage von Interesse.
Die Fragestellung, die in der Erhebung der Nutzung und Selektion der Beilage durch die Abonnenten gestellt war, lautete im wesentlichen:

- Entsprechen die Struktur und der Inhalt der Beilage den Präferenzen und Informationserwartungen der Leserschaft?
- Welche allgemeinen Informationsabsichten zur politischen Bildung sind in der Leserschaft vorhanden und wie wird der Wert der Beilage bezogen auf diese Absichten von den Lesern eingeschätzt?
- Welche Situationen und Präferenzen der Leserschaft führte zu welchem konkreten Nutzungs- und Selektionsverhalten gegenüber der Beilage?

In dieser Untersuchung sind die Implikationen des Nutzenansatzes der Massenkommunikationsforschung eingegangen, d.h., vor allem wurde der Frage nachgegangen, aufgrund welcher Dispositionen im Alltag und in den Informationserwartungen auf "Politik" spezialisierter Informationsmedien und speziell die Inhalte der Beilage genutzt werden.
Die Beilage "aus politik und zeitgeschichte" ist in der Medienlandschaft der Bundesrepublik ein sehr ausgefallenes Medium. Es steht inhaltlich zwischen den politischen Wochenzeitungen und den politischen Fachzeitschriften: mit den Wochenzeitungen hat dieses Medium das Themenspektrum, mit den politischen Fachzeitschriften die Intensität, mit der die

Themen behandelt werden, gemeinsam. Die Nutzung solcher Informationsmedien bedingt eine starke Zuwendung, sie kostet Zeit und Mühe.
Das Publikum der Beilage ist so auch sehr spezifisch: nur 19 % der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" haben keine akademische Ausbildung. Dieses Publikum ist in sehr starkem Maße auch Publikum von reinen Fachzeitschriften: 77 % lesen regelmäßig Fachzeitschriften. Die am stärksten unter den Abonnenten vertretene Berufsgruppe ist die der Lehrer, wobei aus der Ausbildung hervorgeht, daß es sich vorwiegend um Sozialkundelehrer handelt. Die theoretische Bedeutung dieses speziellen Bevölkerungssegments für die Betrachtung von Kommunikationsverhalten und politischem Verhalten wurde an anderer Stelle schon hervorgehoben. Weil diese Zielgruppe äußerst homogen ist, war es möglich, die Kerninstrumente dieser Erhebung weitgehend auszudifferenzieren. So konnte den Politikbegriffen in dieser Stichprobe sehr intensiv nachgegangen werden; politische Aktivitäten konnten sinnvoll bis zu politischen Mandatsträgern verfolgt werden; politische Informationsabsichten und politische Kommunikationsmedien konnten sehr spezialisiert erfragt werden; schließlich konnten auch Selektionsprozesse inhaltlich konkret erhoben werden. Nicht unwesentlich für diese Stichprobe scheint auch, daß die Informationsabsichten (und damit verbunden die Frage nach den Mediengratifikationen) nach Lernzielen von Curricula zur politischen Bildung zusammengestellt wurden.

Diskussion der Aussagefähigkeit der Daten

Die Daten sind für die Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" repräsentativ. Im Zusammenhang mit der sekundäranalytischen Fragestellung besagt das aber wenig. Interessanter ist der Blick auf die soziodemografische Bestimmung der Stichprobe, die zeigt, daß sich in dieser

Übersicht 7: Datengrundlage der Sekundäranalyse

Untersuchung	: Nutzung der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" ("aus politik und zeitgeschichte")
Kurztitel	: POL.BILDUNG'76
Durchführung	: W.R. Langenbucher/H.G. Räder
Erhebung	: August/September 1976
Berichtsband	: W.R. Langenbucher/H.G. Räder "aus politik und zeitgeschichte" Struktur, Inhalt und Nutzung. Eine Effizienzanalyse der Beilage zu der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT". Zwei Berichtsbände für die Bundeszentrale für politische Bildung; München, 1977
Methode	: schriftliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen Pre-Test, eine Mahnwelle Stichprobe: Zufallsstichprobe für 1/5 der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT"
Fragestellung:	Nutzung der Beilage, Selektionsverhalten, Informationserwartungen, Perzeption der Beilage als Medium der politischen Bildung
Bemerkungen	: a) Die Untersuchung ist repräsentativ für die Abonnementen der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT". b) Neben und zu den Fragen der konkreten Nutzung der Beilage wurden folgende Dimensionen erhoben: -spezialisierte politische Informationsabsichten und das Gratifikationspotential spezialisierter Medien -politische Einstellungen (Politikbegriffe) -politische Aktivitäten -politische Meinung (Parteipräferenz) -soziodemographische Merkmale c) bei 1000 eingesetzten Adressen wurde mit einer Mahnwelle eine Stichprobe mit 738 verwertbaren Fragebogen erreicht

Zielgruppe v.a. drei Merkmale deutlich hervorheben:

- o sehr hohe formale Bildung
- o hohe politische Aktivität in Parteien und Verbänden
- o spezialisierte Nutzung von Kommunikationsmedien

Als weiteres Merkmal kann angeführt werden, daß die berufliche Tätigkeit von nur 18 % der Abonnenten (nach Eigenangaben) keinen Bezug zur politischen Bildung hat.
Die vorliegenden Daten können als Daten aus diesem sehr spezifischen Bevölkerungssegment betrachtet werden. Dabei besteht aber die Schwierigkeit, daß nicht angegeben werden kann, in welchem Umfang diese Zielgruppe in der Bevölkerung vertreten ist. Stichprobenimmanent ergeben sich jedenfalls keine Schwierigkeiten, zwischen den Untergruppen Vergleiche anzustellen, da die Stichprobe relativ umfangreich (n=737) ist und die relevanten Subgruppen ausreichend vertreten sind. Die Interpretation der Daten kann sich aber nur auf die spezifische Situation dieser Personengruppe, nicht aber auf Anteile in der Bevölkerung beziehen.

1.2.3 Fragestellung der Sekundäranalyse

Die Sekundäranalyse soll in drei verschiedenen Bevölkerungssegmenten - wobei zwei Segmente "atypisch" sind - mit einer einheitlichen Fragestellung und Analysemethode Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten untersuchen.

"Gibt es Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten?"

Diese Fragestellung bedeutet erst einmal, daß über bisher vertretene Positionen der Wirkungsforschung zurückgegangen wird. In der Wirkungsforschung wird zumeist von dem Theorem ausgegangen, Kommunikationsverhalten bestimme ein politisches Verhalten. In der Sekundäranalyse wird dieses Theorem selbst in Frage gestellt. Die Frage, ob überhaupt ein Zusammenhang zwi-

schen politischem und kommunikativem Verhalten bestehe, wird zum Untersuchungsgegenstand. Erst wenn dies als erwiesen gilt, soll versucht werden, die Art solcher Zusammenhänge festzustellen.
In der Analyse werden dabei Kommunikationsverhalten wie auch politisches Verhalten nicht über isolierte Verhaltensweisen, sondern - soweit wie möglich - als zusammenhängende Einheiten (in diesem Zusammenhang rede ich von Sinnsystemen bzw. Verhaltenssystemen) betrachtet.
Die Fragestellung der Analyse kann in Form von Hypothesen formuliert werden:

ES GIBT ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN POLITISCHEM UND KOMMUNIKATIVEM VERHALTEN

A1: Die Zusammenhänge zwischen politischem und kommunikativem Verhalten sind auf vordefinierte Handlungsräume des "Politischen Publikums" zurückzuführen.

A2: Ein bestimmtes Kommunikationsverhalten bedingt ein bestimmtes politischen Verhalten.

A3: Ein bestimmtes politisches Verhalten bedingt ein bestimmtes Kommunikationsverhalten.

Wenn von Zusammenhängen gesprochen wird, so bezieht sich das in der Regel auf Zusammenhänge zwischen Variablen auf der Basis von beobachteten Personen. Eine Erhebung spannt aber eine Datenmatrix auf, in der je eine Richtung die beobachteten Personen, die andere die beobachteten Variablen bezeichnet. Es gibt also auch Zusammenhänge zwischen Personen auf der Basis von beobachteten Variablen.

In der Sekundäranalyse sollen auch die Zusammenhänge zwischen den Befragten nach dem Kriterium ihres politischen Kommunikationsverhaltens analysiert werden. Die entsprechende Fragestellung lautet:
"GIBT ES PUBLIKUMSSEGMENTE MIT EINEM BESTIMMTEN POLITISCHEN KOMMUNIKATIONSVERHALTEN?"
Mit der aus dieser Analyse hervorgehenden Typologie der Befragten nach ihrem Kommunikationsverhalten soll dann unter-

sucht werden, inwiefern sich solche Typen in verschiedenen Einstellungs- und Verhaltensebenen unterscheiden.
Diese Fragestellung der Sekundäranalyse thematisiert folgende Hypothesen:

B: Es gibt unterscheidbare Publikumssegmente mit einem bestimmten Kommunikationsverhalten.

B1: Diese Publikumssegmente unterscheiden sich sowohl im Kommunikationsverhalten als auch im politischen Verhalten.

Wenn diese Fragestellung auf die Perspektive des Nutzenansatzes spezifiziert wird, werden die Gebrauchswertansprüche an die Medien und die Einschätzung verschiedener Medien als adäquate Mittel zur Realisation solcher Gebrauchswertansprüche problematisiert. Dann wird in der Sekundäranalyse gefragt: "GIBT ES UNTERSCHEIDBARE, MEDIAL FIXIERTE POLITISCHE KOMMUNIKATIONSKULTUREN?"
(Während also mit "Publikumssegmenten" Kommunikationsverhalten verknüpft wird, stellt sich im Formiaus "Kommunikationskultur" die Typologisierung nach Informationsabsichten bzw. Gebrauchswertansprüchen dar.)
Zu dieser Fragestellung gelten folgende Grob-Hypothesen:

C: Es gibt unterschiedliche medial fixierte Kommunikationskulturen.

C1: Unterschiedliche Kommunikationskulturen weisen unterschiedliches Kommunikationsverhalten auf.

C2: Unterschiedliche Kommunikationskulturen weisen ein unterschiedliches politisches Verhalten auf.

C3: Unterschiedliche Kommunikationskulturen unterscheiden sich sowohl im Kommunikationsverhalten als auch im politischen Verhalten.

Schließlich wird in der Sekundäranalyse speziell nach der Rolle der Massenmedien als Institutionen der politischen Sozialisation gefragt. (16)
Die Daten über die Rezeption und Perzeption politischer Inhalte - speziell des Fernsehens - sollen daraufhin betrachtet werden, ob sich Anzeichen finden lassen, daß die Massenmedien eine politisierende Funktion in der Gesellschaft

oder in bestimmten Teilen der Gesellschaft haben:
"SIND DIE MASSENMEDIEN - UND DABEI SPEZIELL DAS FERNSEHEN - INSTITUTIONEN, DIE ZUR POLITISCHEN AUFKLÄRUNG BEITRAGEN?"

In der Sekundäranalyse werden folgende Hypothesen verfolgt:

D: Die Massenmedien tragen zur kognitiven Strukturierung von "Politik" bei.

D1: Die einzelnen Massenmedien tragen zu einer unterschiedlichen kognitiven Strukturierung von "Politik" bei.

D2: Das Medium Fernsehen unterscheidet sich in seiner Nutzung und seinem Prestige als "politisches Medium" von anderen Medien. (17)

D3: Das Fernsehen hat ein hohes Prestige als "politisches Medium".

D4: Dieses "Politik-Prestige" wird in verschiedenen Publikumssegmenten gleichermaßen geteilt.

D5: Das Fernsehen hat in verschiedenen Publikumssegmenten ein gleichermaßen geteiltes Prestige als "eskapistisches Medium".

An diesen Fragestellungen und Hypothesen ist die gesamte Sekundäranalyse ausgerichtet, wobei die einzelnen Fragestellungen nicht in allen Einzelanalysen gleich stark thematisiert werden können. In der Übersicht 8 wird deshalb die Bearbeitung der einzelnen Fragestellungen in den Einzelanalysen gegenübergestellt. Spezielle Fragestellungen und Hypothesen in den einzelnen Analysen werden in der Darstellung der Einzelergebnisse erläutert.
In der Übersicht 9 werden die operationalisierten Variablen der einzelnen Variablendimensionen in den drei Einzelanalysen zusammengestellt. Die Operationalisierungen der Variablen werden in der Darstellung der Einzelanalysen beschrieben.

ÜBERSICHT 8: Die Bearbeitung der Fragestellungen in den einzelnen Studien

Fragestellung	FS-WAHL'72	WAHL'76	Pol.Bildung'76
Gibt es Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten?			
1. Welcher Art sind solche Zusammenhänge?	Ja	Ja	Ja
2. Bewirkt ein bestimmtes Kommunikationsverhalten ein bestimmtes politisches Verhalten oder umgekehrt?	Ja	Ja	Ja
3. Sind solche Zusammenhänge auf soziale Situationen zurückzuführen?	Ja	Ja	Ja
Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?			
1. Lassen sich unterscheidbare Gruppen in der Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien feststellen?	Ja	Ja	spezialisiert
2. Lassen sich unterscheidbare Gruppen im politischen Verhalten feststellen und wie nutzen diese Gruppen das massenmediale Angebot?	Ja	Ja	spezialisiert
Gibt es medial fixierte politische "Kommunikationskulturen"?			
1. inhaltliche und mediale Prädispositionen	Nein	Ja	Ja
2. Kommunikationskulturen als politische Kulturen	Nein	Ja	Ja
Fernsehen: Instrument der Politisierung oder des Eskapismus?			
1. Das "politische Prestige" des Mediums Fernsehen	Ja	Nein	Nein
2. Der Gebrauchswert des Fernsehens für "politische Information"	Nein	Ja	Ja
3. Der Gebrauchswert des Fernsehens für "eskapistische Information"	eingeschränkt	Ja	Nein

OBERSICHT 9: Operationalisierung von Untersuchungsdimensionen in einzelnen Studien: Variable

Operationalisierung von ...	in Studien, durch Variable ...		
	FS-WAHL'72	WAHL'76	Polit. Bildung'76
POLITISCHES VERHALTEN	Wahlverhalten	Wahlverhalten	institutionalisierte politische Aktivität
a) offenes Verhalten	Formelle Teilnahme Individuelle polit. Teilnahme Demonstrative pol. Teilnahme Passive Teilnahme		
b) Verhaltensnormen	Polit. Engagement	Polit. Engagement	
c) Verhaltensrelevante politische Einstellungen	Unpolit. Haltung Politik als Störfaktor	Unpolit. Haltung Politik als Störfaktor	Politikbegriffe
POLITISCHE MEINUNG	Parteipräferenz	Parteipräferenz (=Polit. Orientierung)	Parteipräferenz
KOMMUNIKATIONSVERHALTEN a) allgemein	Nutzung von Druckmedien -mit Bildungsprestige -mit Unterhaltungsprestige	Nutzung von -Tageszeitungen -Hörfunk -Fernsehen	Nutzung von spezialisierten Informationsmedien: -Fachzeitschriften
b) Nutzung bestimmter Inhalte	Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens Nutzung von Unterhaltungssendungen Nutzung von Nachrichten im Fernsehen	Nutzung von Inhalten in Tageszeitungen im Hörfunk im Fernsehen	Nutzung bestimmter Beiträge in der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT"
c) Nutzen von politischen Inhalten: "Lernverhalten"	Dramatisierung Personalisierung Entscheidungsebene Argumentationsebene Abstraktionsebene		
Kommunikationsrelevante ABSICHTEN und MEDIENGRATIFIKATION			
a) Kommunikationsrelevante Absichten		Absichten im Bereich "Politik" Absichten im Bereich "Unterhaltung/Eskapismus"	spezialisierte Absichten im Bereich "Politik"
b) Mediengratifikation bezogen auf die Absichten für		... Tageszeitung ... Hörfunk ... Fernsehen	... Fachzeitschriften/-bücher ... politische Wochenzeitungen ... Fernsehen

Fortsetzung Obersicht 9:

Operationalisierung von ...	in Studien, durch Variable ...		
	FS-WAHL'72	WAHL'76	Polit. Bildung'76
MEDIAEINSTELLUNGEN - Nützlichkeit von Medien für bestimmte Zwecke speziell: Einstellungen gegenüber Fernsehen	-Unterhaltungsfunktion -Bildungsfunktion -Fernsehen: politisches Medium -Fernsehen: politische Wirkungsquelle -Fernsehen: Informationsquelle/Entscheidungshilfe	siehe Mediengratifikation	siehe Mediengratifikation
SOZIALE SITUATION (soziodemographische Variable)	Geschlecht+ Schulbildung+ Beruf Berufstätigkeit Alter+ +:Quotenkriterium	Geschlecht+ Schulbildung+ Beruf Berufstätigkeit Alter (Altersgruppe konstant) +:Quotenkriterium	Geschlecht Schulbildung Beruf Berufstätigkeit Alter

1.2.4 Zu den Analyseverfahren der Untersuchung

Aus der Entwicklung der Thesen in Teil 1 und aus der Fragestellung der gesamten Sekundäranalyse ergibt sich die Implikation multivariater Analyseverfahren (18). Der Zweck der Sekundäranalyse besteht in der Aufdeckung interdependenter Beziehungen zwischen vielen Variablen zum Kommunikationsverhalten und zum politischen Verhalten. Als methodenbestimmende Hypothesen lassen sich folgende Grobthesen nennen:

E1: Kommunikatives und politisches Verhalten i.w.S. beziehen sich als Verhaltenssysteme aufeinander.

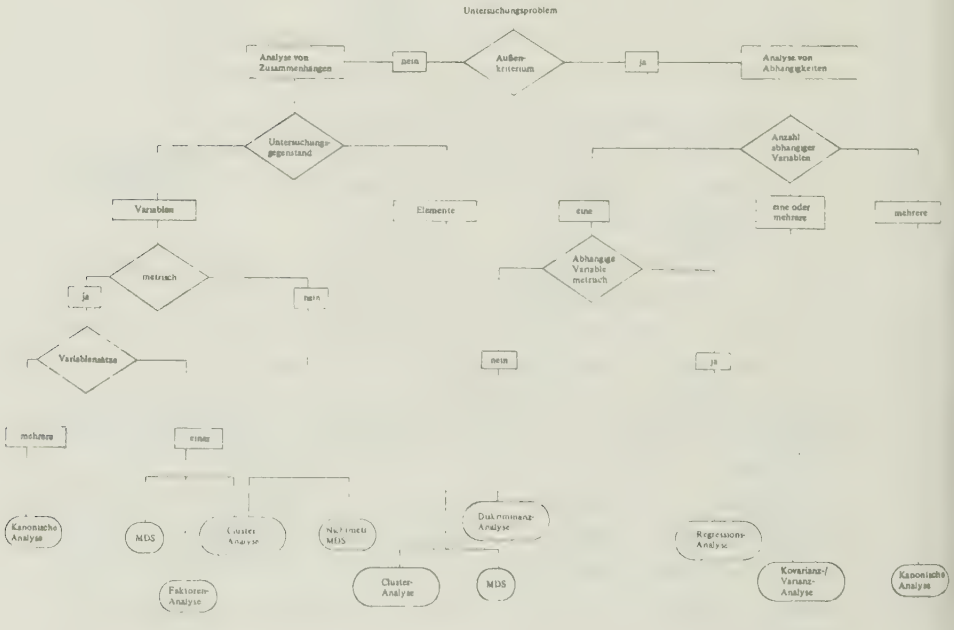
E2: Kommunikatives und politisches Verhalten läßt sich insgesamt als ein Verhaltenssystem begreifen.

E3: Ein konkretes politisches oder kommunikatives Verhalten kann nicht aus einzelnen Elementen, sondern nur aus Situations- und Verhaltenssystemen begriffen werden.

In den Einzelanalysen werden jeweils spezifische Situationen des massenmedialen und/oder politischen Publikums analysiert. Dabei sollen jeweils die Analysefragestellungen - ausgehend von bivariaten Zusammenhängen (19) - auf multivariate Modelle übertragen werden. Innerhalb dieser multivariaten Modelle werden die Beziehungen zwischen mehreren Variablen gleichzeitig analysiert. Die inhaltliche Problemstellung definiert dabei das jeweilige Modell; deshalb werden die genauen Modellannahmen in der Darstellung der Analyse selbst präzisiert. An dieser Stelle soll nur ein Überblick über die verwendeten Verfahrensarten und deren Zusammenhänge gegeben werden.

Aus der Menge verschiedener multivariater Verfahren ergibt sich zwar der Eindruck, hier lägen grundverschiedene Verfahrensarten vor. Tatsächlich ist es aber so, daß diese Verfahren alle Generalisierungen bzw. Präzisierungen der Regressionsrechnung und/oder der einfachen Varianzanalyse darstellen. (GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973; STEINHAUSEN/LANGER 1977) (20)

Die Vielzahl der multivariaten Verfahrensarten ergibt sich aus den verschiedenen Fragestellungen, die als multivariate Modelle ausformuliert werden. (21) Auf KENDALL geht die Grobeinteilung der multivariaten Verfahren in die Aspekte "Zusammenhänge" und "Abhängigkeiten" zurück, die auch STEINHAUSEN/LANGER als Einteilungskriterien übernehmen; sie haben die Fragestellung für die einzelnen multivariaten Verfahren in Form eines Flußdiagramms dargestellt (STEINHAUSEN/LANGER 1977, S.48). Dieses Schema sei hier zur Orientierung wiedergegeben:



Quelle: STEINHAUSEN/LANGER 1977 S. 48

Im Variablendesign der Sekundäranalyse gibt es drei Variablenblöcke:

Variablen zum kommunikativen Verhalten
Variablen zum politischen Verhalten und
Variablen zur sozialen Situation.

Diese Variablen wurden in der Datenerhebung als einzelne Variable zusammengetragen. Der erste Schritt der Sekundäranalyse besteht in der Aggregation von Einzelvariablen zu Makrovariablen. Diese Makrovariablen werden auf zwei Arten gebildet: einmal durch deduktive Aggregation zu Sinnsystemen in einer Indexbildung. Zum anderen durch induktive Aggregation zu Sinnsystemen durch Faktorenanalysen. Die induktive Aggregation wird dabei dort benutzt, wo theoretisch davon ausgegangen werden kann, daß die Interkorrelationen bestimmter Variablen auf eine nicht beobachtete, d.h. erhobene Variable zurückzuführen ist. Die Faktorenanalyse wird also dazu eingesetzt, um aus individuellen Reaktionen den "Sinn" dieser Reaktionen zu rekonstruieren. Dabei werden mehrere abstrakte, d.h. personenunabhängige, Sinndimensionen erhalten, die über die Berechnung von Faktorenwerten wieder in personenbezogene Werte umgewandelt werden. (22)

Nach diesem ersten Analyseschritt - der Datenaufbereitung - werden die Fragestellungen der Sekundäranalyse in operationale Fragestellungen umgewandelt: Die Fragestellungen werden mit den statistischen Verfahren "gekoppelt".
Die Fragestellung "Gibt es Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten?" wird zunächst in bivariaten Analysen thematisiert: Anhand von Korrelationen, partiellen Korrelationen und Mittelwertvergleichen werden unspezifische Zusammenhänge festgestellt. (23)
In kanonischen Analysen werden die Variablen zum kommunikativen und politischen Verhalten jeweils als Verhaltenssysteme aufgefaßt, die dadurch strukturiert werden, daß zwischen ihnen ein jeweils maximaler Zusammenhang besteht.

Das bedeutet, daß jeweils innerhalb des - durch den Variablenblock bestimmte - Verhaltenssystems Linearkombinationen der Einzelvariablen gebildet werden, die die Relationen der Einzelvariablen zwischen den Variablensätzen aufzeigen. Bis zu diesem Analyseschritt können keine Richtungen von Zusammenhängen angegeben werden. Die Berechnung kanonischer Komponenten (= der Strukturmatrix) erlaubt aber ex post Modellannahmen über die Gerichtetheit der Beziehungen zwischen den berechneten Linearkombinationen und den Variablensätzen.

Die Richtung von Zusammenhängen ist allgemein rein empirisch nicht feststellbar; dazu sind theoretische Modellannahmen notwendig. Kausalitätsvorstellungen sind an zeitlichen Abläufen orientiert: der verursachende Faktor muß dabei vor dem verursachten stehen (24). Bei einigen theoretischen Relationen ist dies problemlos: niemand altert durch das Zeitunglesen oder ändert dadurch sein Geschlecht. Aber ob jemand politische Kommentare in der Tageszeitung liest, weil er politisch informiert ist oder ob jemand politisch informiert ist, weil er politische Kommentare in der Tageszeitung liest, läßt sich theoretisch nicht eindeutig bestimmen. Für diese Fragen müssen alternative theoretische Modelle entworfen werden, an denen die formulierte Alternativen empirisch verglichen werden können.

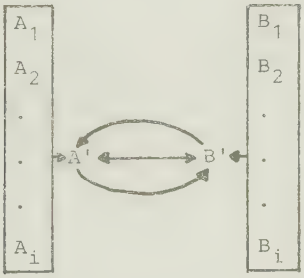
In den multivariaten Verfahren sind immer solche Modellannahmen enthalten; explizit dort, wo Abhängigkeiten untersucht werden, implizit aber auch wenn Zusammenhänge zu analysieren sind. (25)

Dies soll an der Konzeption von "Verhaltenssystemen" beispielhaft verdeutlicht werden. (26)

Während in der kanonischen Analyse die Existenz von zwei Verhaltenssystemen (allgemein: Variablenblöcken) postuliert und die Strukturierung der Verhaltenssysteme unter der Bedingung ihrer maximalen Korrelation vorgenommen wird, stellen die meisten anderen multivariaten Modelle

eine Verhaltensvariable in Beziehung zu einem Verhaltenssystem dar. Diese (sehr grobe) Modellimplikation multivariater Verfahren soll nachfolgend graphisch skizziert werden. Ich gehe dabei von einer Polarisierung von zwei Variablenarten entsprechend "kommunikatives" vs. "politisches Verhalten" aus (27).

Kanonische Analyse:



A_i: Variable aus "System A"

B_i: Variable aus "System B" (intervallskaliert)

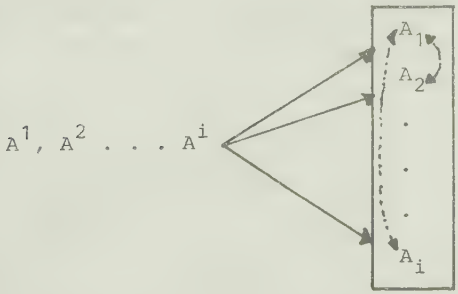
A': kanonische Variable des "Systems A" i.e. interne Struktur

B': kanonische Variable des "Systems B"

: kanonische Korrelation, i.e. maximale Korrelation zwischen Systemen

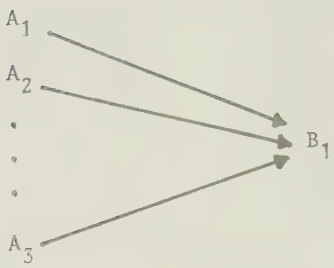
: Redundanz, i.e. Varianzaufklärung des Systems A durch die kanonische Variable B' und umgekehrt.

Faktorenanalyse:



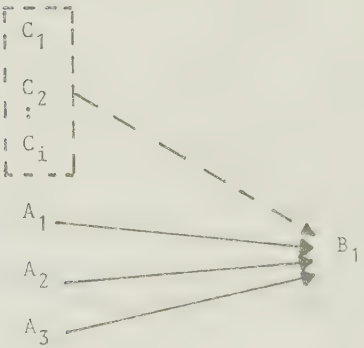
$A^1, A^2 \ldots A^i$: Faktoren

Multiple Regression/Diskriminanzanalyse



Wenn B_1 nominalskaliert , dann Diskriminanzanalyse

Kovarianzanalyse



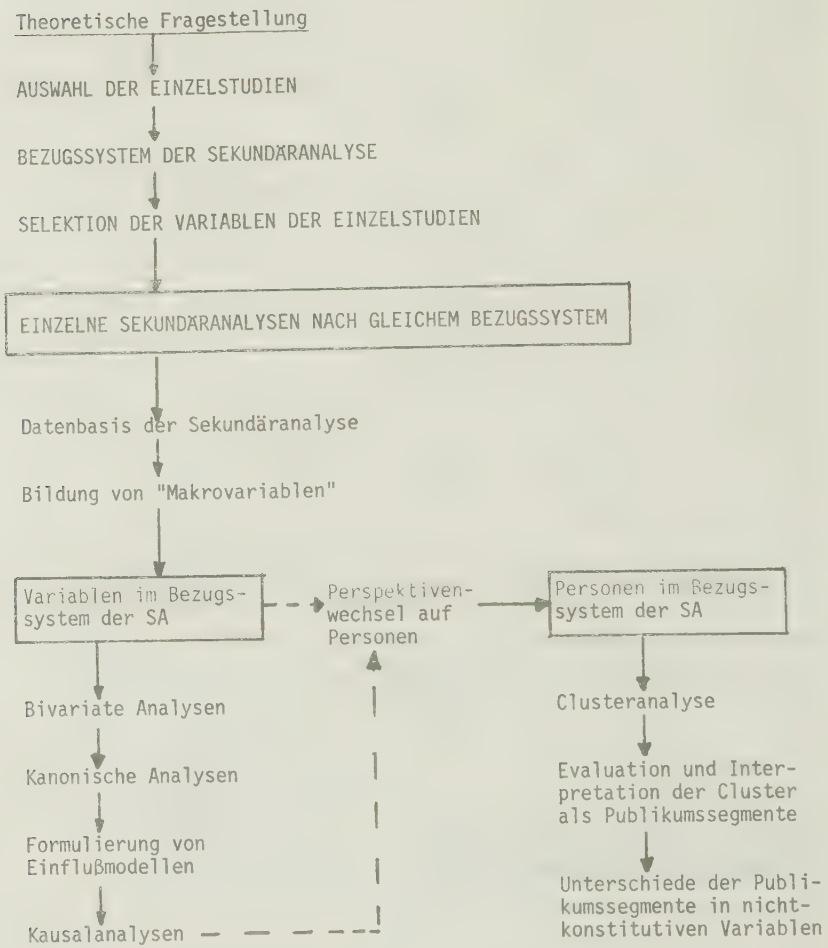
C_1, C_2, ... C_i : Varianzfaktoren (nominalskaliert)
z.B. sozialstatistische Daten

Mit dieser Schematisierung sollte gezeigt werden, wie die inhaltliche Fragestellung nach der Art der Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten in den operationalen Modellannahmen multivariater Verfahren thematisiert werden kann. Die Variabilität der Thematisierungsmöglichkeiten steigt durch die Kombination multivariater Verfahren. (28)
In den einzelnen Sekundäranalysen wird die Fragestellung nach der Art der Zusammenhänge bzw. Abhängigkeiten zwischen kommunikativem und politischem Verhalten jeweils an solchen multivariaten Modellen inhaltlich präzisiert.

Die bisherigen Betrachtungen bezogen sich auf Zusammenhänge zwischen Variablen. In der Frage nach den Publikumssegmenten werden die Zusammenhänge zwischen den Personen anhand der Variablenausprägungen untersucht: dies geschieht mit dem Verfahren der Clusteranalyse, in der (in der agglomerativen Variante) Gruppen von Personen gebildet werden, die in ihrem (Antwort-)Verhalten innerhalb der Gruppen möglichst homogen sind, wodurch die Gruppen untereinander heterogen werden. Diese Gruppen werden anhand der Unterschiede in den konstituierenden Variablen interpretiert. Die Gruppenzugehörigkeit wird als Ausprägung einer neuen Variablen betrachtet, die Grundlage weiterer Analysen nach dem Kriterium der Segmentation ist.

Der Zusammenhang zwischen dem methodologischen Konzept und den Analyseverfahren ist im nachfolgenden Schema skizziert. Dieses Schema verdeutlicht auch die Darstellung der Einzelanalysen, die diesem Schema folgt.

SCHEMA 9: UNTERSUCHUNGSSCHRITTE DER SEKUNDÄRANALYSE



2. Analysen zum Zusammenhang von kommunikativem und politischem Verhalten in den einzelnen Studien

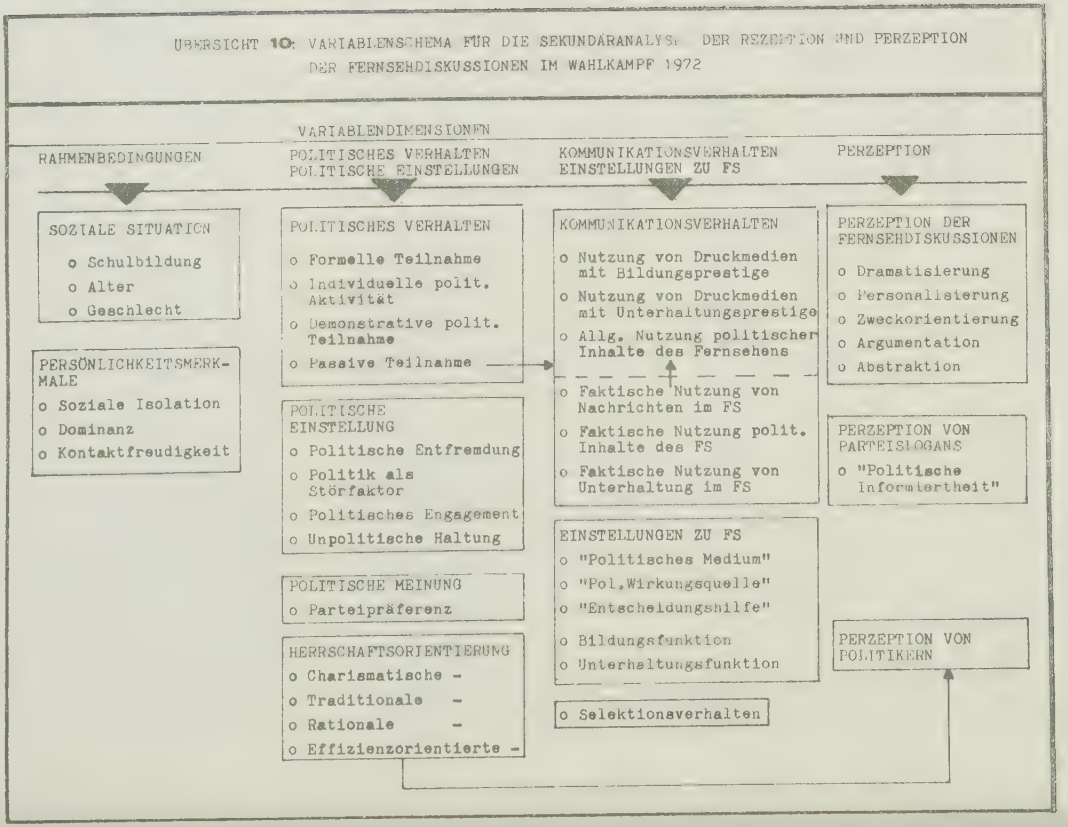
2.1 Medienzentrierter Aspekt: Fernsehen im Wahlkampf 1972

Die Analyse der Daten der hier zugrundeliegenden Untersuchung muß die politische Situation zum Zeitpunkt der Befragung berücksichtigen. Die Bundestagswahl 1972 war eine besondere Wahl: sie wurde erforderlich, weil zum ersten Mal in der Bundesrepublik Deutschland der Bundestag aufgelöst worden war. Nachdem ein konstruktives Mißtrauensvotum der Opposition im Parlament gescheitert war, wurde das Parlament aufgelöst und eine Neuwahl angesetzt. Dies hat - neben der Konfrontation um die "Ostpolitik" - zu einer erhöhten Aufmerksamkeit für Politik geführt, die sehr stark emotionalisiert war. (JUST/ROMAIN 1974, S.13 und S.15) Herausragende Phänomene dieses Wahlkampfes sind in der Polarisierung der Regierungs- und Oppositionsparteien (RÖHRIG 1974) und im Auftreten von Wählerinitiativen (ABROMEIT/BURKHARDT 1974) zu erkennen. Diese Situation führte zur bisher höchsten Wahlbeteiligung in der Bundesrepublik (91,1 %).
Im Umfeld dieser Bundestagswahl - vor und nach der Wahlentscheidung - wurden die Daten dieser Untersuchung erhoben.

2.1.1 Ausgangsbasis der Analyse

In der oben detaillierter beschriebenen Originaluntersuchung wurden die drei Variablenkomplexe "Sozialstruktur", "Politische Disposition und politisches Verhalten" und "kommunikative Disposition und kommunikatives Verhalten" in fünf Fragewellen der Panel-Befragung erhoben. (WEISS 1976, S. 80ff) Dieses extensive, breit angelegte Frageraster sollte im wesentlichen deskriptive Daten ermitteln. Die Sekundäranalyse soll nun aber weniger in der Beschreibung von Merkmalen, sondern vielmehr in der systematischen Über-

ÜBERSICHT 10: VARIABLENSCHEMA FÜR DIE SEKUNDÄRANALYSE DER REZEPTION UND PERZEPTION DER FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF 1972



prüfung von Beziehungen zwischen den Merkmalen bestehen. Deshalb wurden aus den vielen Einzelmerkmalen wesentliche gröbere "Makrovariablen" gebildet, die im folgenden als Indizes bezeichnet werden. Die Sozialdaten und Skalen zur politischen Einstellung bzw. zum politischen Verhalten wurden aus den Originaldaten übernommen. Nachfolgend werden die zur Sekundäranalyse herangezogenen Variablen in ihrer Bedeutung innerhalb der Sekundäranalyse und in ihrer Operationalisierung aus den Originaldaten diskutiert. (29)

SOZIALSTRUKTURELLE VARIABLE

Besonders für das kommunikative Verhalten erweisen sich immer wieder drei sozialstrukturelle Variable als sehr bedeutsam: die Schulbildung, das Geschlecht und das Alter der Befragten. Diese Variablen indizieren bestimmte soziale Situationen und Lebenszusammenhänge in unserer Gesellschaft und damit bestimmte Publikumsrollen im politischen und kommunikativen Bereich.

Die Schulbildung ist nach wie vor ein Kriterium für die Schichtzugehörigkeit, und nicht zuletzt in dieser Eigenschaft werden sehr viele Verhaltensweisen durch die Schulbildung geprägt.

Das Geschlecht der Befragten stellt im vorliegenden Zusammenhang eine wichtige Variable für die Sozialisation in politische und kommunikative Rollen dar, es markiert Pole eines auferlegten Relevanzsystems (z.B. "Politik ist Männersache", vgl. NOELLE-NEUMANN 1974, S.189).

Das Alter der Befragten indiziert einerseits bestimmte Phasen der politischen Sozialisation und individuelle Erfahrungen, andererseits bestimmte Lebenssituationen. In diesen Momenten ist die Variable Alter für kommunikatives und politisches Verhalten bedeutsam (BERGLER 1966).

Weitere sozialstrukturelle Merkmale wie Berufszugehörigkeit, Einkommen und Konfession - die in der Originaluntersuchung erhoben wurden - sind im sekundäranalytischen Bezugsrahmen weniger relevant.

POLITISCHE EINSTELLUNGEN

In der Originaluntersuchung wurden die von FISCHER/LIPPERT/ZOLL entwickelten Skalen eingesetzt. Genauere Hinweise auf die Bedeutung und Konstruktion dieser Skalen können aus dem Manual für die Skalen entnommen werden (vgl. BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 1976).

Als "Politische Entfremdung" wird diejenige politische Einstellung bezeichnet, in der zum Ausdruck kommt, daß sich der Einzelne in der Politik nicht vertreten fühlt. In der Skala "Politische Entfremdung" (PE) wird v.a. die subjektive Machtlosigkeit des Individuums gegenüber "der Politik" als "Entfremdung von Politik" thematisiert. Die Skala drückt die von McDILL/RIDLEY getroffene Umschreibung für politische Entfremdung aus: "Politische Entfremdung umfaßt nicht nur Apathie als eine Reaktion auf Machtlosigkeit, sondern auch ein allgemeines Mißtrauen gegenüber politischen Führern, die diese Macht in ihren Händen haben." (30)

Als Gegenpol zu der - zur Apathie tendierenden - "Politischen Entfremdung" wurde das "Politische Engagement" erfaßt. In dieser Skala finden sich v.a. Verhaltensnormen, die zur politischen Teilnahme aufrufen, und die ein breites Interesse am politischen Geschehen ausdrücken. Im Gegensatz zur in der Skala "Politische Entfremdung" thematisierten Machtlosigkeit wird in der Skala "Politisches Engagement" die Veränderungsmöglichkeit bemängelter Zustände durch eigenes Engagement ausgedrückt.

"Politik als Störfaktor" wird diejenige Einstellung bezeichnet, die antipolitische Resentiments zusammenfaßt. Grundtenor dieser Einstellung ist eine harmonisierende Sicht der Gesellschaft nach dem "Laissez-faire-Prinzip": Politik und politische Parteien stören den vernünftigen Ablauf der Dinge.

Als "Unpolitische Haltung" wird ein Faktor bezeichnet, der besonders die Wahrnehmungsprozesse im kommunikativen Bereich beeinflußt (siehe ELLWEIN/ZOLL 1973, S. 47).

Diese politische Einstellung zeigt v.a. einen harmonisierenden Begriff des Politischen auf: Politische Auseinandersetzungen, v.a. in nicht-institutionalisierten Bahnen, werden abgelehnt, Demokratie wird unter autoritär-obrigkeitsstaatlichen Aspekten gesehen.

Zu diesen Einstellungsdimensionen wurden in der Sekundäranalyse vier weitere Dimensionen gezählt, die aus einer Liste von Politikereigenschaften (entwickelt und publiziert von KALTEFLEITER u.a. 1970) für einen "idealen Bundeskanzler" gewonnen wurden. Die Faktorenanalyse dieser Eigenschaftsliste ergab vier Faktoren, die in Bezugnahme auf Max WEBERs Herrschaftssoziologie als Herrschafts-Typologie interpretiert wurden (WEISS 1976, S.115ff). Aufgrund dieser Herrschaftstypologie wurden Faktorenwerte gebildet, die in der Sekundäranalyse als Herrschaftsorientierungen im Sinne politischer Einstellungen interpretiert werden. (Wie sich aber im Verlauf der Analyse gezeigt hat, sind diese Herrschaftsorientierungen eher der politischen Meinung als den Einstellungen zuzuordnen.)
Da diese Herrschaftsorientierungen die Perzeption des politischen Stils von Politikern thematisieren, haben sie eine besondere Bedeutung im Zusammenhang mit der Perzeption politischer Inhalte der Massenmedien. Die einzelnen Faktoren der Herrschaftsorientierung sind:

"Charismatische Herrschaftsorientierung" (CHARIS) ,
in der vor allem Führereigenschaften unter machtpolitischen Aspekten betont werden (List, Kampfgeist, Härte, Machtstreben);

"Traditionale Herrschaftsorientierung" (TRADIT) ,
in der v.a. patriarchalische Eigenschaften als Kanzlereigenschaften hervorgehoben werden (Würde, Güte, Ruhe);

"Rationale Herrschaftsorientierung" (RATIO) ,
in der Eigenschaften wie Sachlichkeit, Redlichkeit, Besonnenheit subsumiert werden;

"Auf Effizienz gerichtete Herrschaftsorientierung" (EFFIZ), als Faktor für die Betonung des "Amtscharismas", wird durch folgende Eigenschaften markiert: Erfolg, Tüchtigkeit, Erfahrung, Ansehen, Beliebtheit.

POLITISCHES VERHALTEN

"Formelle Teilnahme" umfaßt Verhaltensweisen, die traditionelle, etablierte Teilnahmemöglichkeiten im Rahmen von Vereinen, Verbänden und Parteien ausschöpfen. In der Sekundäranalyse hat diese Verhaltensweise v.a. Bedeutung als ein Indikator für "öffentliche Teilhabe in Mitgliedsrollen".

"Individuelle politische Aktivität" bezeichnet Verhaltensweisen, in denen sich der Einzelne aktiv für seine politischen Anschauungen einsetzt und sich dabei an kleinere Öffentlichkeiten richtet. Dieses Verhaltensinventar operiert vorwiegend auf der Ebene der interpersonalen Kommunikation.

"Demonstrative politische Teilnahme" umreißt solche politischen Verhaltensweisen, die politische Meinungsbildung und Meinungsäußerung außerhalb der etablierten Institutionen und Organisationen betreiben.

In der "Passiven Teilnahme an Politik" werden passiv-rezeptive politische Verhaltensweisen thematisiert, unter denen die Verfolgung politischer Vorgänge durch die Nutzung von Massenmedien - neben Wahlverhalten - den Vorrang einnimmt. Im Zusammenhang der Sekundäranalyse liegt in diesem Index oft eine Tautologie zum Kommunikationsverhalten vor. Dies ist in der Interpretation der "Passiven Teilnahme" als politisches Verhalten zu beachten.

PERSÖNLICHKEITSMERKMALE

Sowohl politisches als auch kommunikatives Verhalten kann durch Persönlichkeitsmerkmale beeinflußt sein. Aus diesem Grund wurde auch in der Sekundäranalyse auf die Persön-

lichkeitsmerkmale "Dominanz", "Soziale Isolation" und "Kontaktfreudigkeit" zurückgegriffen. Da diese Persönlichkeitsdimensionen evident sind und im Rahmen der Sekundäranalyse nur mariginale Bedeutung besitzen, sei nur mitgeteilt, daß diese Skalen auf der Basis von THURSTONE-Skalen beruhen und von FISCHER/LIPPERT/ZOLL adaptiert wurden.

POLITISCHE MEINUNG

Zur politischen Meinung wurde für die Sekundäranalyse die Parteipräferenz der Befragten in den Variablensatz aufgenommen. Die Parteipräferenz gehört zu den Quotenkriterien der Stichprobe und liegt in den Ausprägungen "pro-Regierung" (SPD/FDP-Anhänger), "pro-Opposition" (CDU/CSU-Anhänger) und "Unentschiedene" (keine eindeutige Präferenz für Regierungsparteien bzw. für Oppositionsparteien) vor.
Nicht geplant, aber durch die Analyseergebnisse nahegelegt, kann auch die "Herrschaftsorientierung" mit ihren Dimensionen zur politischen Meinung gerechnet werden.

Indizes für kommunikatives Verhalten

Aus der Originaluntersuchung wurden Einzelmerkmale für das Kommunikationsverhalten in theoretisch bestimmte Klassifikationen zusammengetragen, wobei die Panel-Fragen zusammengefaßt wurden. Die Kumulation der einzelnen Variablen in einen Index wurde dann durch das theoretisch mögliche Maximum des Index dividiert, sodaß ein einheitlicher Wertebereich für die Indizes von 0 = Minimum bis 1 = Maximum vorliegt.
Da in einzelnen Tabellen Abkürzungen nicht immer ausgewiesen sind, werden die einheitlichen Abkürzungen in die Darstellung miteinbezogen.

NUTZUNGSVERHALTEN

BNUTZ Nutzung von Druckmedien mit Bildungs- bzw. Politikprestige
Operationalisierung:
Regelmäßiges Lesen von: Süddeutsche Zeitung/ FAZ/ Welt/ Münchner Merkur/ Frankfurter Rundschau/ SPIEGEL/ ZEIT

VNUTZ Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungs- bzw. Sensationsprestige
Regelmäßiges Lesen von:
- o Boulevardzeitungen (Abendzeitung/tz/Bild)
- o Illustrierten (Stern/Quick)

Die Klassifikation von Druckmedien in "Tageszeitung" und "Zeitschriften etc." wurde aufgegeben und durch eine Klassifikation nach dem Prestige bzw. den inhaltlichen Charakter der Druckmedien ersetzt. Dadurch ergeben sich lediglich für die Zuordnung des STERN einige Verzerrungen, da diese Zeitschrift gerade 1972 auch teilweise als "politisches" Medium begriffen werden konnte.

FSPOL1 Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens (außer Nachrichten)
Antworten auf die Fragen:
- o Welche Sendungen des Fernsehens (außer Nachrichten), die Politik vermitteln, werden gelegentlich/häufig/regelmäßig gesehen?
- o Welche von 12 politischen Magazinsendungen (Liste) wurden in den letzten beiden Wochen gesehen?

Faktische Nutzung von Sendungen des Fernsehens an einem Stichtag (Liste von Sendungen von ARD und ZDF am 13.11.1972 zwischen 19.30 Uhr und Sendeschluß): Welche gesehen?

XNACH Faktische Nutzung der Nachrichten

UNUTZF Faktische Nutzung der Unterhaltungssendungen

FSPOL2 Faktische Nutzung der politischen Sendungen

KOMMUNIKATIONSRELEVANTE EINSTELLUNGEN

Der Bereich der kommunikationsrelevanten Einstellungen bezieht sich hier auf Einstellungen gegenüber dem Medium Fernsehen. Es ist anzumerken, daß der Begriff "Einstellungen" in diesem Zusammenhang die Bewertung des Mediums Fernsehen als Bewertungsobjekt unter verschiedenen Aspekten meint, also nicht sehr strikt definiert ist. "Einstellung" hat eher die Bedeutung von "Imagezuschreibung".

Unterstellte Funktionen des Fernsehens für den Befragten

Antworten auf die offene Frage:
"Wenn das Fernsehen durch einen internationalen Streik auf unbestimmte Zeit ausfallen würde, welche konkreten Sendungen würden Sie dann am meisten vermissen?"
Offene Nennungen, die in Kategorien zusammengefaßt wurden (z.B. Nachrichten, Krimis/Western usw.):

UNT Subjektive Unterhaltungsfunktion des Fernsehens
Nennungen von: Allgemeine Unterhaltung
Krimis/Western
sonstige Spielfilme
kulturelle Unterhaltung (Opern,Operetten)

BILD Subjektive Bildungs- bzw. Politikfunktion des Fernsehens
Nennungen von: Nachrichten/Tagesgeschehen
Politische Magazine
Wirtschaftsmagazine
Kulturmagazine

PEIN Fernsehen als "politisches Medium"
Antworten auf die offene Frage:
"Welche politischen Sendungen gibt es im Fernsehen?"

WEIN Fernsehen als "politische Wirkungsquelle"
Antworten auf die Fragen:
- "Läßt sich der Bundesbürger durch das Fernsehen beeinflussen?"
- "Wie ist das bei Ihnen?"

- o "Glauben Sie, daß man für sich selbst im Hinblick auf die kommenden Wahlen jeden Einfluß ausschalten kann?"

(In der Antwortrichtung auf "Wirkung" aufsummierter Index)

EINF Fernsehen als "Informationsquelle/Entscheidungshilfe"

- o "Meinen Sie, daß man sich bei Wahlen besser entscheiden kann, wenn man sich vorher im Fernsehen über den Wahlkampf informiert?"
- o "Wie wichtig ist diese Information für Sie?"

WEITERE MARIGINALE INDIZES

PINFO Politische Informiertheit
Identifikation von Parteislogans:
"lexikalisch" difiniert über die Rate richtiger Zuordnungen von vier Schlagworten von Parteien zur jeweiligen Partei

GSEL Generelles Selektionsverhalten
"Wonach richten Sie sich eigentlich bei der Auswahl politischer Sendungen?"
Nach eigener Aktivität gewichteter Index:

- Programmzeitschriften (Gewichtung: 5 x)
- Gespräche mit Freunden/Kollegen (4 x)
- sonstiges (Restkategorie) (3 x)
- geringer Einfluß zuhause/ Familienabsprachen (2 x)
- Zufall (1 x)

PERZEPTION DER FERNSEHDISKUSSIONEN

Aus den Fragewellen nach den Fernsehdiskussionen wurden die Fragen

a) "Wofür meinen Sie, war die Debatte für Sie nützlich?"
b) "Haben Sie sich am folgenden Tag mit jemandem über die Diskussion unterhalten bzw. gestritten? Worüber?"

ausgewählt.

Die Bezeichnung "Perzeption" greift für diese Operationalisierung etwas zu kurz, da darin mehr als die bloße Wahrnehmung - nämlich der Rückbezug ins eigene Relevanzsystem und weitere Aktivierungen der perzipierten Inhalte - enthalten ist (31). Diese Dimension könnte auch als Lernverhalten bezeichnet werden, es erscheint aber sinnvoller, mit vorsichtigeren Bezeichnungen zu arbeiten.

DRAMA Dramatisierende Perzeption der Fernsehdiskussionen
"Ich finde den Wahlkampf jetzt spannender"
Ja/Vielleicht/Nein

ZWECK Perzeption auf der Zweck-/Entscheidungsebene
"Ich habe nun mehr Informationen für meine Wahlentscheidung"

PERS Personalisierende Perzeption
- o Aussagen über Kandidaten (gewichtet)
  Kandidat als Mensch (4 x)
  Kandidat als Redner (2 x)
  Kandidat als Politiker (1 x)
- o am nächsten Tag über Kandidaten/Politiker gesprochen

ARG Perzeption auf der Argumentationsebene
- o "Ich kenne nun die Standpunkte der Kandidaten besser"
- o am nächsten Tag gesprochen über
  - Themen
  - Argumentation

ABST Perzeption auf der Abstraktionsebene
- o "Ich habe die Parteiprogramme besser kennengelernt"
- o am nächsten Tag über Parteien unterhalten

Die Quotierung der Stichprobe, deren Panel-Charakter aufgegeben wurde, ist aus Übersicht 5 zu entnehmen.

2.1.2 Die Verhaltensdimensionen im Umfeld der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972

Bevor auf die eigentlichen Fragestellungen der Sekundäranalyse eingegangen wird, sollen im folgenden die Verhaltensdimensionen kommunikativen und politischen Verhaltens immanent betrachtet werden.

A) Kommunikatives Verhalten im Umfeld der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972

In Übereinstimmung mit repräsentativen Daten sahen sich 61 % der Befragten regelmäßig und 31 % häufig Nachrichtensendungen im Fernsehen (ARD und ZDF) an.
Die Nutzung von Druckmedien zeigt in der Stichprobe folgende Verteilung:

Anzahl regelmäßig gelesener Druckmedien	mit Bildungsprestige		mit Unterhaltungsprestige	
keines	27	30 %	43	47 %
eines	37	41 %	30	33 %
zwei	19	21 %	16	18 %
drei	8	9 %	2	2 %
Gesamt	91	100 %	91	100 %

Die Befragten lesen also eher "seriöse" Druckmedien als Druckmedien mit Unterhaltungs- bzw. Sensationsprestige. Oder aber sie nehmen normativ wahr, daß es mehr Prestige bringt, "seriöse" Druckmedien zu lesen. Die Ambivalenz dieser Interpretation ist zwar oft unangenehm, es muß aber alternativ immer mitgedacht werden, ob das verbal geäußerte Verhalten nicht eher auf normativ projizierte, als auf tatsächliche Verhaltensweisen schließen läßt.

Ähnlich diskrepante Verteilungen treten bei den Antworten auf die Frage, welche Sendungen die Befragten bei einem Streik des Fernsehens vermissen würden, auf:

Anzahl vermißter Sendungskategorien	aus dem Bereich mit "Bildungsprestige" (BILD)		aus dem Bereich mit "Unterhaltungsprestige" (UNT)	
keine	9	10 %	53	58 %
eine	41	45 %	32	35 %
zwei	33	36 %	6	7 %
drei	8	9 %	-	-
Gesamt	91	100 %	91	100 %

In der Kategorie der Sendungen mit Bildungsprestige (BILD) schlägt sich v.a. der hohe (subjektive) Gebrauchswert der Nachrichtensendungen im Fernsehen für die Befragten durch. Wenn aber 58 % der Befragten angeben, keine unterhaltungsorientierten Sendungen des Fernsehens zu vermissen, so dürfte das nicht mit dem faktischen Nutzungsverhalten übereinstimmen, sondern eher auf eine Art "Haßliebe" zur Unterhaltung im Fernsehen schließen lassen (vgl. G.STEINER 1972).

In der Datenerhebung wurde auch nach der Nutzung bzw. Nichtnutzung von konkreten Sendungen an einem Werktag (13.11.1972) gefragt. (Vgl. Liste der Sendungen im Fernsehen am 13.11.1972: WEISS 1976, S.254)

29 Personen (32 %) hatten an diesem Tag nicht ferngesehen. Von den restlichen 62 Personen hatten 28 (45 %) keine Unterhaltungssendungen, 10 (16 %) keine politischen Sendungen und 13 (21 %) keine Nachrichten genutzt. An diesem Ergebnis überrascht der relativ hohe Anteil derer, die überhaupt nicht ferngesehen hatten, aber auch, daß unter den Nutzern mehr Befragte angaben, politische Sendungen gesehen zu haben als Unterhaltungssendungen.

Da die referierten Daten nicht repräsentativ sind, lohnen auch keine Spekulationen über die Daten hinaus. Für die Sekundäranalyse ist es aber wichtig zu bemerken, daß die Befragten zwischen den Bereichen "Bildung/Politik" und "Unterhaltung" zwar keine Dichotomien, aber Relevanzverschiebungen in Richtung "Politik" wahrnehmen.

Betrachtet man die korrelativen Beziehungen innerhalb des kommunikativen Verhaltens, so strukturieren die Korrelationen drei Blöcke von Zusammenhängen. (siehe Grafik 11)

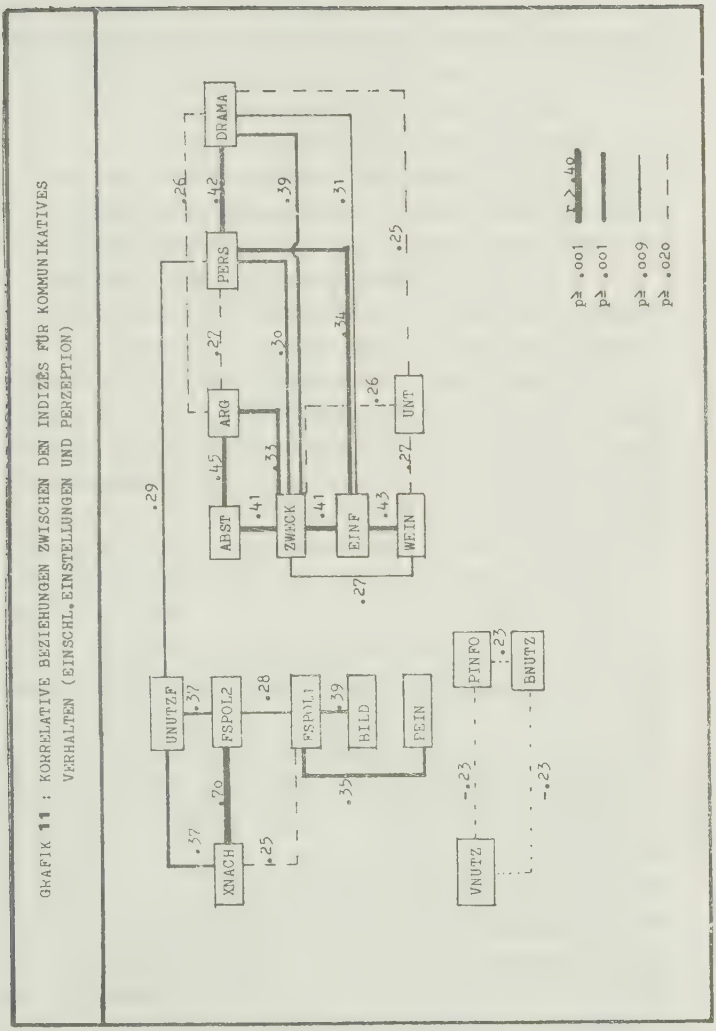
Ein Block zeigt sich in der Nutzung des Fernsehens, ein anderer in der Einstellung gegenüber Fernsehen und in der Perzeption der Fernsehdiskussionen, während schließlich ein dritter Block die Nutzung der Druckmedien in Beziehung setzt.

Die Korrelation der Variablen zur faktischen Nutzung von Fernsehsendungen ist großenteils auf den Vorfilter der Nutzung des Fernsehens am Stichtag zurückzuführen. Immanent betrachtet ist bedeutsam, daß die stärkste Korrelation überhaupt zwischen der faktischen Nutzung von Nachrichten und der faktischen Nutzung von politischen Sendungen vorliegt; die faktische Nutzung von Unterhaltung weist dagegen deutlich niedrigere (aber dennoch hochsignifikante) Korrelationen sowohl mit der faktischen Nutzung von Nachrichten, als auch mit der faktischen Nutzung politischer Sendungen auf.

Der allgemeinere und unverbindlichere Index für die Nutzung politischer Inhalte im Fernsehen zeigt sehr starke positive Zusammenhänge mit den ebenfalls sehr allgemein ausgedrückten Präferenzen bzw. Einstellungen, daß Fernsehen ein politisches Medium sei, und daß das Fernsehen für den Befragten eine "Bildungsfunktion" habe. Die faktische Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens am Stichtag und die allgemeine Angabe über die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens korreliert auch tatsächlich.

Man kann davon ausgehen, daß es eine manifeste und eine

GRAFIK **11** : KORRELATIVE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN DEN INDIZES FÜR KOMMUNIKATIVES VERHALTEN (EINSCHL. EINSTELLUNGEN UND PERZEPTION)



latente Bereitschaft zur Nutzung politischer Sendungen im Fernsehen gibt. In den Angaben zur allgemeinen Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens liegt scheinbar eine Art Mittelposition zwischen der latenten Bereitschaft zur Nutzung und der faktischen Nutzung konkreter politischer Sendungen des Fernsehens.
Der zweite Block von Indikatoren, der sich durch die Dichte seiner korrelativen Beziehungen hervorhebt, zeigt, daß die Perzeption von politischen Inhalten des Fernsehens (d.h. konkret der Fernsehdiskussionen) eindeutig mit bestimmten Einstellungen gegenüber dem Medium Fernsehen zusammenhängt. Die Art dieser Einstellungen deutet aber auch an, daß diese Beziehungen sehr stark situationsabhängig sind, da sie Kommunikationsverhalten in Entscheidungssituationen thematisieren: Die Perzeption der Fernsehdiskussionen bündelt sich in der Zweckorientierung (mit der alle anderen Perzeptionsarten stark korrelieren). Diese zweckorientierte Perzeption ist hochsignifikant verbunden mit der Einstellung, daß Fernsehen als Informationsquelle und Entscheidungshilfe dienen könne. Damit geht auch eine durch die Befragten geäußerte Einstellung einher, daß das Fernsehen eine politische Wirkungsquelle sei.
Die Variablenblöcke "faktische Nutzung des Fernsehens" und "Perzeption der Fernsehdiskussionen" scheinen speziell über die Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen verbunden zu sein.
Weniger starke, aber noch signifikante Korrelationen heben einen dritten Block von Beziehungen zwischen den Variablen zum Kommunikationsverhalten hervor: die Nutzung von Druckmedien und eine sehr oberflächlich festgehaltene "politische Informiertheit".
Auch wenn es zu Überschneidungen und Wiederholungen führt, sollen nachfolgend korrelative Beziehungen für gegensätzliche Variable diskutiert werden.

Gegenüberstellende Argumentation mit Korrelationsstrukturen

a) Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige (VNUTZ) gegenüber Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige (BNUTZ)

Diese beiden Indizes korrelieren mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von p = 0.027 negativ miteinander (r = -.233). Das bedeutet, daß die Nutzung dieser beiden Druckmedienklassen weitgehend nicht komplementär ist (bzw. von den Befragten nicht als komplementär gesehen wird).
Gegenläufig sind diese beiden Nutzungskategorien auch in der Korrelation mit der ("lexikalisch" operationalisierten) "Politischen Informiertheit": während die "Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige" (BNUTZ) positiv mit dem Index für "politische Informiertheit" korreliert (r = .232; Irrtumswahrscheinlichkeit: 0.27), findet sich eine negative Korrelation (r = -.225; Irrtumswahrscheinlichkeit: 0.032) zwischen der "Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige" (VNUTZ) und dem Index für "Politische Informiertheit".

- Signifikante und unterschiedliche Korrelationen dieser beiden Druckmediennutzungsarten zeigen sich auch mit der allgemeinen Nutzung von politischen Sendungen des Fernsehens: Während zwischen der allgemeinen Nutzung politischer Sendungen und der Nutzung von "Unterhaltungsdruckmedien" eine signifikant positive Korrelation (r = .212/p = 0.043) besteht, ist der (negative) Korrelationskoeffizient mit der Nutzung von "Bildungsdruckmedien" nicht signifikant. Das läßt vermuten, daß die Art der Druckmediennutzung einen Sinnzusammenhang mit der Zuwendung zu politischen Inhalten des Fernsehens aufweist: politische Inhalte des Fernsehens scheinen für diejenigen, die stärker Unterhaltungsdruckmedien nutzen, wichtiger zu sein als für diejenigen, die politisch ausgerichtete "Bildungsdruckmedien" nutzen.

- Die Nutzung der verschiedenen Druckmediengattungen scheint auch teilweise verschiedene Perzeptionsmuster in der Wahrnehmung der Fernsehdiskussionen zu provozieren. Unterschiede zeigen sich v.a. in der zweckorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen: Während sich die Nutzung von "Bildungsdruckmedien" signifikant negativ zur zweckorientierten Perzeption verhält ($r = -.206/p \leq 0.050$), ergibt sich mit der Nutzung von "Unterhaltungsmedien" ein positiver, aber nicht signifikanter Korrelationskoeffizient ($r = .154/p = 0.15$).
  Ein tendenzieller Unterschied ist auch für die Beurteilung des Fernsehens als "politisches Medium" festzustellen: bei einer starken Nutzung von "Unterhaltungsdruckmedien" ist eine stärkere Bewertung, und bei einer starken Nutzung von "Bildungsdruckmedien" eine schwächere Bewertung des Fernsehens als politisches Medium festzustellen (BNUTZ: $r = -.045$ n.s.; VNUTZ: $r = .194/p = .066$).

b) Faktische Nutzung von Fernsehsendungen am Stichtag: Nutzung von Unterhaltungssendungen gegenüber Nutzung von politischen Sendungen

- Die Stichtagsnutzung von Politik-Sendungen (FSPOL2) und von Unterhaltungssendungen (UNUTZF) korreliert sehr hoch positiv miteinander ($r = 369/p = 0.001$). Diese hohe Korrelation ist auf den "Vorfilter" der Stichtagsnutzung zurückzuführen; die Korrelationen zur Stichtagsnutzung sind in ihrer Stärke nur immanent vergleichbar.

- Während die Stichtagsnutzung von politischen Sendungen (FSPOL2) mit der allgemeinen Nutzung von politischen Sendungen (FSPOL1) hoch positiv korreliert ($r = .276/p = 0.008$), zeigt sich kein signifikanter Zusammen- mit der Stichtagsnutzung von Unterhaltungssendungen.

- Beide Stichtagsnutzungs-Indizes weisen positive Korrelationen mit der Einstellung gegenüber Fernsehen als Informationsquelle bzw. Entscheidungshilfe (EINF) auf. Während jedoch die Korrelation mit der Nutzung politischer Sendungen hoch signifikant ist (FSPOL2: r = .242/p = 0.021), ist diejenige mit der Nutzung von Unterhaltungssendungen nur knapp signifikant (UNUTZF: r = .204/p = 0.052).
- Eindeutig unterschiedliche Korrelationsmuster ergeben sich mit dem Index für eine personalisierende Perzeption der Fernsehdiskussionen: während hier eine hoch signifikante Korrelation zur faktischen Nutzung von Unterhaltungssendungen (r = .285/ p = 0.006) besteht, zeigt sich keine Korrelation mit der faktischen Nutzung von politischen Sendungen.
- Die faktische Nutzung von Nachrichtensendungen am Stichtag (XNACH) korreliert sehr hoch positiv sowohl mit der faktischen Nutzung von Unterhaltungssendungen als auch mit der faktischen Nutzung von politischen Sendungen. Es ist aber zu bemerken, daß die Korrelation zwischen der faktischen Nutzung von politischen Sendungen und von Nachrichtensendungen (r = .696/ p = 0.001) fast doppelt so stark ist, wie diejenige zwischen der faktischen Nutzung von Nachrichtensendungen und von Unterhaltungssendungen (r = .366/ p = 0.001).
- Ein tendenzieller Unterschied zwischen der faktischen Nutzung von Unterhaltungssendungen und von politischen Sendungen zeigt sich in der Zuschreibung von einmal einer Unterhaltungsfunktion und andererseits einer Bildungsfunktion des Fernsehens:

	UNT	BILD
UNUTZF	r = .142	r = .034
FSPOL2	r = .021	r = .192

c) Funktionszuschreibungen für das Fernsehen:
Unterhaltungsfunktion gegenüber einer Bildungs- bzw. Politikfunktion (UNT - BILD)

Während die Zuschreibung einer Bildungsfunktion eine sehr hohe positive Korrelation mit der allgemeinen Nutzung von politischen Sendungen des Fernsehens (FSPOL1) aufweist (r = .386/p = 0.001), zeigt sich kein Zusammenhang mit der Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion.
Demgegenüber treten für die Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion einige signifikante Korrelationen mit anderen Indizes auf, wobei jeweils kein Zusammenhang mit der Zuschreibung einer Bildungsfunktion nachzuweisen ist:
Die Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion für das Fernsehen korreliert stark positiv mit

- der Einstellung gegenüber Fernsehen als Wirkungsquelle (r = .268/p = 0.01)
- einer zweck- bzw. entscheidungsorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen (r = .257/p = 0.014)
- einer dramatisierenden Perzeption der Fernsehdiskussionen (r = .245/p = 0.019)
- einer personalisierenden Perzeption der Fernsehsehdiskussionen (r = .228/p = 0.029)

Bevor zur Interpretation der sich hier gezeigten Zusammenhänge übergegangen wird, sollen die Zusammenhänge anhand einer Faktorenanalyse strukturiert werden, da sich der Verdacht aufdrängt, daß die erhaltenen Zusammenhänge auf Sinnstrukturen zurückgehen, die selbst nicht erhoben wurden.

Dimensionen kommunikativen Verhaltens

Um die Zusammenhänge im Bereich des kommunikativen Verhaltens zu strukturieren, wurde eine Faktorenanalyse (Hauptachsenanalyse mit Iterationen und anschließender Varimax-Rotation) durchgeführt.

Es ergaben sich sieben Faktoren, wobei aber nur die ersten vier Faktoren als bedeutsam im Sinne der Varianzaufklärung anzusehen sind.
Die innere Konsistenz der Indikatoren für Kommunikationsverhalten ist im Allgemeinen sehr hoch. Ausnahmen sind aber für die subjektive Unterhaltungsfunktion des Fernsehens (UNT), aber auch für die Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige (BNUTZ) und das allgemeine Selektionsverhalten (GSEL) festzustellen. Die niedrigen Kommunalitäten dieser Indizes verweisen darauf, daß diese Variablen durch die anderen Indikatoren für Kommunikationsverhalten nur wenig erklärt werden.

Die Faktorenstrukturen zeigen folgende Zusammenhänge (vgl. Tabelle 5): Faktor 1 (31 % immanenter Varianzanteil) bündelt die Variablen für die faktische Nutzung von Fernsehsendungen am Stichtag und verweist auf einen Zusammenhang mit den allgemeinen Angaben zur Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens.
Der zweite Faktor (22 %) bündelt den Variablenblock zur Perzeption der Fernsehdiskussionen, wobei allerdings die personalisierende Perzeption herausfällt. Dieser "Perzeptionsblock" steht in Zusammenhang mit der subjektiven Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion des Fernsehens, aber tendenziell auch mit den allgemeinen Angaben zur Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens. Die Leitvariablen dieses Faktors liegen in der Perzeption der Fernsehdiskussion auf der Abstraktionsebene und der Argumentationsebene vor.
Der dritte Faktor (13 %) ist der Faktor für die Personalisierung in der Perzeption der Fernsehdiskussionen. Diese Personalisierung steht in Verbindung mit einer dramatisierenden Perzeption und der Erwartung, daß das Fernsehen als Entscheidungshilfe fungieren könne, aber auch mit der tatsächlichen Perzeption der Fernsehdiskussionen unter dem zweckorientierten Aspekt der Wahlentscheidung. Die Personalisierung hängt deutlich mit der Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen (sowohl mit der faktischen Nutzung, als auch mit der subjektiven

TABELLE 5: FAKTORENANALYSE DER INDIZES FÜR KOMMUNIKATIVES VERHALTEN

FAKTORMATRIX

INDIZES — FAKTORENLADUNGEN NACH VARIMAX-ROTATION

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5	Faktor 6	Faktor 7
BNUTZ	- .03	- .14	- .05	.01	.11	.44*	.00
VNUTZ	.09	.07	.08	.00	.26	- .48*	.14
UNT	.03	.21	.25	.21	- .08	.01	.07
BILD	.06	- .08	.00	- .03	.76*	.15	- .03
UNUTZF	.44*	- .13	.29	.05	- .05	.00	- .07
FSPOL2	.84*	- .11	- .01	.15	.16	.09	.09
XNACH	.82*	.05	.02	.00	.09	- .09	.03
GSEL	- .11	.21	.21	.15	.01	.33*	.24
PEIN	.03	.03	.11	.05	.06	- .07	.73*
PINFO	.13	.09	- .05	- .08	.11	.56*	- .02
WEIN	.04	.08	.07	.76*	- .05	- .01	.14
EINF	.17	.05	.35*	.55*	.19	- .01	- .10
FSPOL1	.22	.18	- .02	.11	.53*	- .06	.39*
DRAMA	.10	.25	.45*	.19	.13	- .19	.08
ZWECK	.06	.57*	.30*	.35*	.02	- .21	- .21
PERS	.06	.08	.80*	.10	- .04	- .05	.12
ARG	- .11	.66*	.19	- .06	- .01	- .02	.27
ABST	- .07	.68*	- .02	.08	.02	.01	- .02

Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion), nicht aber mit der Nutzung politischer Inhalte zusammen.
Der vierte Faktor (11 %) bezieht sich auf die politische Wirksamkeit des Fernsehens.
Die Einstellung, Fernsehen sei eine politische Wirkungsquelle, weist Zusammenhänge auf mit der Einstellung bzw. Erwartung, daß Fernsehen als Informationsquelle bzw. Entscheidungshilfe fungieren könne, und mit der tatsächlichen Perzeption der Fernsehdiskussionen unter einem zweckorientierten Aspekt. Dieses "Wirkungssyndrom" ist tendenziell mit der subjektiven Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion für das Fernsehen verbunden.
Der fünfte Faktor (9 %) stellt folgenden Zusammenhang heraus:
Die subjektive Zuschreibung einer Bildungs- bzw. Politikfunktion für das Fernsehen, die auch tatsächlich zusammen mit einer starken Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens auftritt, hängt deutlich stärker mit einer intensiven Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige, weniger mit der Nutzung von Druckmedien mit einem politischen Prestige zusammen.
Der sechste Faktor (8 %) polarisiert die beiden Arten der Nutzung von Druckmedien und stellt sie in engem Zusammenhang mit der (oberflächlichen) politischen Informiertheit heraus:
Wer Druckmedien mit einem politischen Prestige (genauer Druckmedien mit einem tatsächlichen inhaltlichen Schwerpunkt auf "Politik") nutzt, der ordnet - im Gegensatz zu den Nutzern von "Unterhaltungsdruckmedien" - die Parteischlagwörter eher der richtigen Partei zu und perzipiert die Fernsehdiskussionen weniger unter dem zweckorientierten Aspekt für seine Wahlentscheidung.
Der siebte Faktor (7 %) greift schließlich die Einstellung auf, das Fernsehen sei ein politisches Medium. Diese Einstellung steht mit der allgemeinen Nutzung politischer

Inhalte im Fernsehen und mit einer Perzeption der Fernsehdiskussionen auf der Argumentationsebene in positivem Zusammenhang. In dieses Syndrom geht tendenziell eine niedrige Perzeption der Fernsehdiskussionen unter dem zweckorientierten, auf die Wahlentscheidung ausgerichteten, Aspekt ein.
Vor allem die Faktoren "Personalisierung", "politische Wirksamkeit des Fernsehens", "subjektive Politikfunktion des Fernsehens", "Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien" und "Druckmediennutzung" erweisen sich m.E. als theoretisch sehr bedeutsame Strukturen des Kommunikationsverhaltens.
Die Varianzanteile dieser Faktoren sind allerdings nicht sehr hoch und der Stichprobenumfang erlaubt es nicht, daß diese Faktoren weiter verfolgt werden. Begreift man die Faktorenanalyse aber weniger unter dem "forschungsökonomischen" Aspekt der Reduktion von Variablen, sondern eher unter dem Aspekt der Analyse latenter Strukturen, so zeigen sich gerade in diesen - nur partikular ausgeprägten - Dimensionen solche Sinnstrukturen, die von theoretisch hoher Relevanz sind. Diese Zusammenhänge sollten in umfangreicheren Stichproben weiter verfolgt werden. Die Faktorenanalyse hat gezeigt, daß das Kommunikationsverhalten auf sehr differenzierte Sinnstrukturen zurückzuführen ist.

In einem knappen Resümee will ich versuchen, vorerst einige Grundzüge des kommunikativen Verhaltens der Befragten interpretativ zu zeichnen.

- Es gibt anscheinend sehr verschiedene Sinnstrukturen für die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens. Eine solche Sinnstruktur hängt mit der Art der Nutzung von Druckmedien zusammen: Wer stärker solche Druckmedien wie Boulevardzeitungen oder Illustrierte regelmäßig liest, scheint der Vermittlung von Politik via Fernsehen mehr Bedeutung zuzumessen als derjenige, der stark auf Politik ausgerichtete Druckmedien nutzt.

Für diese scheint die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens keine Alternative, sondern eher ein komplementäres Verhalten zur Nutzung von Druckmedien mit Politik-Inhalten zu sein, oder das Fernsehen ist für sie als politisches Medium weniger relevant.

- Die Zuschreibung einer Unterhaltungs- bzw. einer Bildungsfunktion des Fernsehens im eigenen "Gebrauchswertzusammenhang" hat offenbar verhaltensrelevante Konsequenzen für die Nutzung dieses Mediums. Wer dem Fernsehen gegenüber deutliche Unterhaltungspräferenzen hat, unterstellt diesem Medium eine starke politische Wirksamkeit und zeigt auch eine starke zweckorientierte - d.h. auf die Wahlentscheidung ausgerichtete - Perzeption der Fernsehdiskussion, obwohl er nicht mehr als andere im Fernsehen eine Entscheidungshilfe sieht.

- Es besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen der faktischen Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen und der Personalisierung in der Perzeption der Fernsehdiskussionen. Dies ist der einzige hochsignifikante Zusammenhang zwischen tatsächlichem Nutzungsverhalten und der Perzeption der Fernsehdiskussionen.
  Die personalisierende Perzeption steht wiederum im Zusammenhang mit der Erwartung, daß das Fernsehen als Entscheidungshilfe fungiere, und mit der tatsächlich auf die Wahlentscheidung ausgerichteten Perzeption der Fernsehdiskussionen. An dieser Stelle - der Diskussion von Korrelationen - können keine Wirkungsaussagen getroffen werden. Als Vermutung wird aber nehegelegt, daß vom Medium Fernsehen diejenigen beeinflußt werden, die beeinflußt werden wollen, und daß eine solche Beeinflussung dann durch bzw. über die Wahrnehmung von Personen kanalisiert wird. Solche Beeinflussungsprozesse scheinen

v.a. für die Personen relevant zu sein, die vorwiegend das Fernsehen als Medium der Unterhaltung nutzen. (Auf diese Aspekte wird später intensiver eingegangen.)

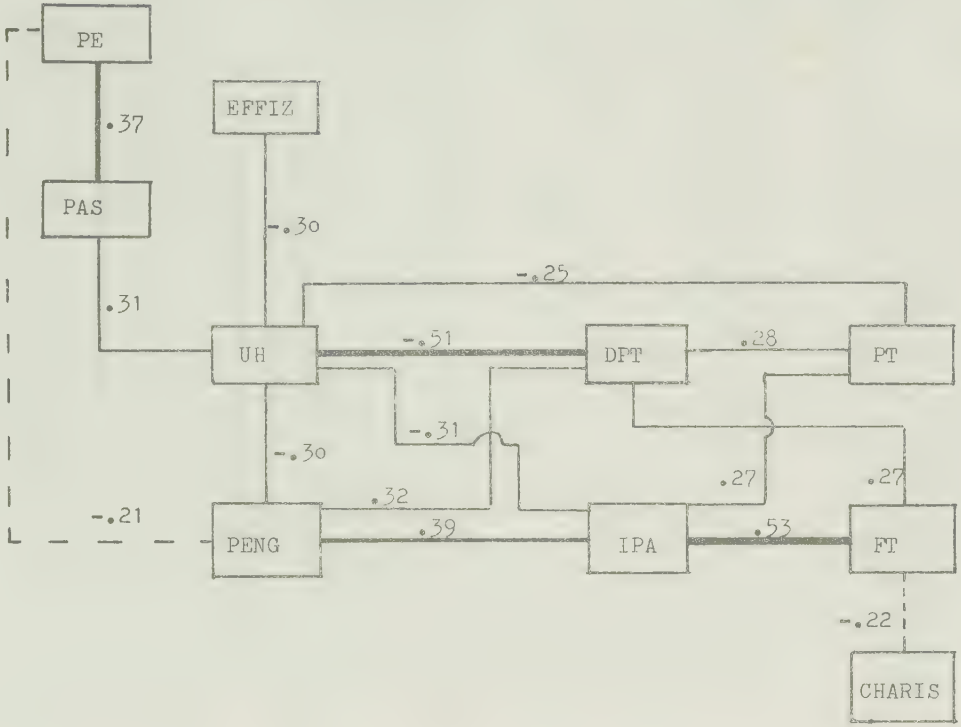
B) Politisches Verhalten im Umfeld der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972

Unter "politischem Verhalten" soll vorerst der gesamte Variablenbereich verstanden werden, der direkt "Politik" thematisiert; also politisches Verhalten genauso wie politische Einstellungen und Meinungen (im Sinn von Verhaltensdispositionen).
Aus Darstellungsgründen wird mit Dimensionsbezeichnungen gearbeitet, deren exakter Sinn aus der Diskussion der Variablen dieser Analyse zu entnehmen ist.

Im Verhaltensbereich sticht als erstes die hohe Korrelation zwischen der "Formellen Teilnahme" und der "Individuellen politischen Aktivität" hervor. Diese Korrelation verweist darauf, daß - besonders zu Wahlzeiten - diejenigen, die sehr stark in Vereinen oder Verbänden als Mitglieder organisiert sind, sehr intensive interpersonale Aktivitäten im Bereich der politischen Kommunikation entfalten (vgl. Grafik 12).
Eine zweite sehr starke (negative) Beziehung besteht zwischen einer demonstrativen politischen Teilnahme und einer unpolitischen Haltung: wer eine starke unpolitische Haltung einnimmt, weist keine demontrative politische Teilnahme auf. Diese Information ist in beiden Fällen tautologisch, weil diese Variablendimensionen gewissermaßen als Dichotomie definiert sind; insofern ist dieses Ergebnis als Evaluation der Variablendimensionen zu begreifen.
Korrelative Beziehungen (vgl. Grafik 12), die einen Informationswert besitzen, bestehen

- in der fehlenden Beziehung zwischen "Formeller Teilnahme" und "Passiver Teilnahme an Politik";

GRAFIK 12 : KORRELATIVE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN DEN VARIABLEN FÜR POLITISCHE EINSTELLUNGEN UND POLITISCHES VERHALTEN



- o in der positiven Beziehung zwischen demonstrativer politischer Teilnahme und formeller Teilnahme;
- o in der negativen Beziehung von unpolitischer Haltung mit passiver Teilnahme - nicht aber formeller - Teilnahme;
- o in der - im Vergleich zu der unpolitischen Haltung - niedrigen negativen Korrelation zwischen politischer Entfremdung und politischem Engagement;
- o in der fehlenden Beziehung zwischen politischem Engagement und der Einstellung, daß Politik ein Störfaktor sei.

Direkt verhaltensrelevante politische Einstellungen sind "unpolitische Haltung" und "politisches Engagement" als jeweils konträre Einstellungen; sie korrelieren mit der demonstrativen politischen Teilnahme und der individuellen politischen Aktivität.
Die Bedeutung der verschiedenen politischen Einstellungen werden am besten in Bezug auf die politische Meinung der"Parteipräferenz" verdeutlicht (vgl. Tabelle 6).

Politische Meinung und politische Einstellung

Zwischen den Parteipräferenzgruppen lassen sich kaum Unterschiede in der politischen Entfremdung feststellen, wohl aber in der Ausprägung einer unpolitischen Haltung. Sowohl die SPD/FDP-Anhänger wie auch die Unentschiedenen unterscheiden sich hochsignifikant von den CDU/CSU-Anhängern, die die am stärksten ausgeprägte unpolitische Haltung aufweisen. Auf der Verhaltensebene ist eine demonstrative politische Teilnahme der Gegenpol zur unpolitischen Haltung. Diese Verhaltensform ist bei den SPD/FDP-Anhängern am stärksten ausgeprägt, und sie unterscheiden sich dabei signifikant von den CDU/CSU-Anhängern. Die CDU/CSU-Anhänger weisen demgegenüber aber eine stärkere formelle Teilnahme als SPD/FDP-Anhänger auf. In der Stichprobe unterscheiden sich die Unentschiedenen auf der politischen Ein-

Tabelle 6 : UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN PARTEIPRÄFERENZGRUPPEN
- POLITISCHE EINSTELLUNGEN
- POLITISCHES VERHALTEN
- EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN UND KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

VARIABLE	GRUPPENMITTELWERTE SPD/FDP ANHÄNGER	CDU/CSU ANHÄNGER	UNENT-SCHIEDENE	MITTELWERTVERGLEICHE Irrtumswahrscheinlichkeiten GESAMT	REG./OPP.	REG./UNENT.	OPP./UNENT.
POLITISCHE EINSTELLUNGEN							
Politische Entfremdung	10.05	11.29	11.78	.508			
Politik als Störfaktor	3.74	[7.00]	5.30	.005★	.001★		
Unpolitische Haltung	6.19	[11.57]	7.41	.000★	.000★		.007★
Politisches Engagement	[12.60]	11.33	10.70	.126		.042	
POLITISCHES VERHALTEN							
Formelle Teilnahme	1.33	[2.76]	2.07	.130	.076		
Demonstrative polit.Teilnahme	[2.37]	1.14	1.78	.091	.012☆		
Passive Teilnahme	9.63	9.81	9.04	.614			
Individuelle polit.Aktivität	3.09	3.33	2.30	.329			
HERRSCHAFTSORIENTIERUNG AUF							
Charismatische Herrschaft	[.110]	-.220	-.045	.406			
Traditionale Herrschaft	-.112	[.180]	.047	.449			
Rationale Herrschaft	-.278	.125	[.268]	.023☆	.078	.011☆	
Effiziente Herrschaft (Amtscharisma)	[.211]	-.465	.015	.015☆	.002★		.064
KOMMUNIKATIONSVERHALTEN/ -EINSTELLUNGEN							
Einstellung gegenüber Fernsehen als Informationsquelle/Entscheidungshilfe	.427	.572	.537	.083	.047☆	.088	
Personalisierende Perzeption der Fernsehdiskussionen	.526	.435	.548	.216			.061
Gruppenumfang	43	21	27				

(keine weiteren Unterschiede in der Nutzung von und Einstellung gegenüber Massenmedien !)

stellungs-Verhaltens-Ebene von den SPD/FDP-Anhängern lediglich darin, daß die SPD/FDP-Anhänger ein stärkeres politisches Engagement äußern.
SPD/FDP-Anhänger zeigen im Gegensatz zu den beiden anderen Parteipräferenzgruppen - besonders gegenüber den CDU/CSU-Anhängern - in der Herrschaftsorientierung amtscharismatische Tendenzen. Der Unterschied zwischen SPD/FDP-Anhängern und CDU/CSU-Anhängern ist in der Favorisierung amtscharismatischer Züge eines "idealen Bundeskanzlers" hochsignifikant (SPD/FDP-Anhänger betonen "Amtscharisma"). Die Unentschiedenen favorisieren dagegen (im signifikanten Gegensatz zu SPD/FDP-Anhängern) solche Politikereigenschaften, die mit einem rationalen Herrschaftstypus assoziiert sind.
Es zeigt sich, daß die Herrschaftsorientierungen eher zu den politischen Meinungen als zu den politischen Einstellungen zu rechnen sind, da sie in selektiver Weise die jeweilige Haltung gegenüber der Regierung bzw. den regierenden Personen reflektiert. Dies kommt besonders deutlich bei den Oppositionsanhängern zum Ausdruck, die sowohl amtscharismatische wie auch machtcharismatische Züge ablehnen, dafür aber eher traditionale Züge betonen. Die Oppositionsanhänger haben aber auch die Fernsehdiskussionen am wenigsten unter der Perspektive der Personalisierung perzipiert. Da keine Vergleichsdaten vorliegen, kann nur vermutet werden, daß dieses Ergebnis im Zusammenhang mit der politischen Situation 1972 und der jeweiligen Übereinstimmung bzw. Ablehnung der Regierung und ihrer damaligen Symbolfigur Willy BRANDT zu sehen ist.

Resümee zur politischen Einstellung und zum politischen Verhalten in der Stichprobe

- Die in den Einstellungs- und Verhaltensskalen zugrundeliegenden Definitionen erweisen sich als stringent. Man kann davon ausgehen, daß die Skalen in dieser Stichprobe validiert sind.
- Für den politischen Bereich der Stichprobe ist festzuhalten, daß die politische Situation im Wahlkampf 1972 in sehr starkem Ausmaß widergespiegelt wird. Dies gilt v.a. für den Bereich der politischen Meinung.
- Die politische Dimension, die als "Herrschaftsorientierung" bezeichnet wird, fällt eher in den Bereich der politischen Meinung als in den (stabileren) Bereich der politischen Einstellungen. Für diese Dimension gilt großenteils, was für die Diskussion um das umstrittene Konzept der "Parteienidentifikation" (32) gilt: "Herrschaftsorientierung" ist anscheinend auf die Identifikation mit bestimmten Typen von Politikern zurückzuführen. Das bedeutet, daß die Politiker nicht nach vorgefaßten Idealvorstellungen, sondern umgekehrt die "Idealvorstellungen" anscheinend nach konkreten Politikern wahrgenommen werden.
  Daraus läßt sich vermuten, daß die Perzeption der Selbstdarstellung von Politikern schon vor der Rezeption der Fernsehdiskussionen durch selektive Wahrnehmungsmuster festgelegt war. (WEISS 1976, S.125ff)
- Die politische Verhaltensform der rezeptiv-passiven Teilnahme an Politik, die v.a. über das Verfolgen politischer Vorgänge via Massenmedien definiert ist, wird von einer "unpolitischen Haltung" dysfunktional bestimmt und hat Zusammenhänge mit individuell angelegtem politischen Verhalten, nicht aber mit einer formellen Teilnahme in Vereinen, Verbänden usw.

- Für die Wahlkampfsituation 1972 kann vermutet werden, daß Politik in sehr starkem Ausmaß sowohl distanziert beobachtet, als auch in Primärgruppen engagiert diskutiert wurde. Bei Personen, die sehr stark in Primärgruppen eingebunden sind, läßt sich jedoch ein sehr starkes interpersonales Aktionsgefüge feststellen, das in keinem funktionalen Zusammenhang mit der Verfolgung von Politik via Massenmedien steht.

C) Kommunikatives und politisches Verhalten in Beziehung zur sozialen Situation der Befragten

Bisher wurden die Dimensionen kommunikativen und politischen Verhaltens ohne Berücksichtigung der sozialen Situation der Befragten analysiert. Im folgenden soll kommunikatives und politisches Verhalten nach Determinationen durch soziale Situationen betrachtet werden.

Altersabhängigkeiten kommunikativen und politischen Verhaltens:

In der Stichprobe sind die Altersgruppen in etwa gleich großen Anteilen vertreten: 37 % der Befragten sind unter 30 Jahren, 37 % unter 50 Jahren und 25 % sind 50 Jahre und älter. Auf diese Altersgruppen wurde eine Diskriminanzanalyse gerechnet, in der die gesamten Indikatoren als Prädiktorvariablen eingesetzt wurden. Nach dem MAHALANOBIS-Kriterium ergab sich folgendes Ergebnis: zwei Trennfunktionen wurden gefunden, wobei die erste die "über 50-Jährigen" von den restlichen Personen der Stichprobe signifikant trennt, die zweite Trennfunktion kontrastiert dann die "30-49-Jährigen" von den "unter 30-Jährigen", ist aber nicht signifikant.
In der Prognose aus den Indikatoren auf die Altersgruppen wurden 80 % aller Fälle richtig zugeordnet, wobei die Altersgruppe der "über 50-Jährigen" mit 96 % richtiger Zuordnungen am eindeutigsten abgegrenzt werden konnte.

TABELLE 7

Standardisierte Koeffizienten der Diskriminanzfunktionen (nach den Koeffizienten der signif. Diskriminanzfunktion 1 geordnet)

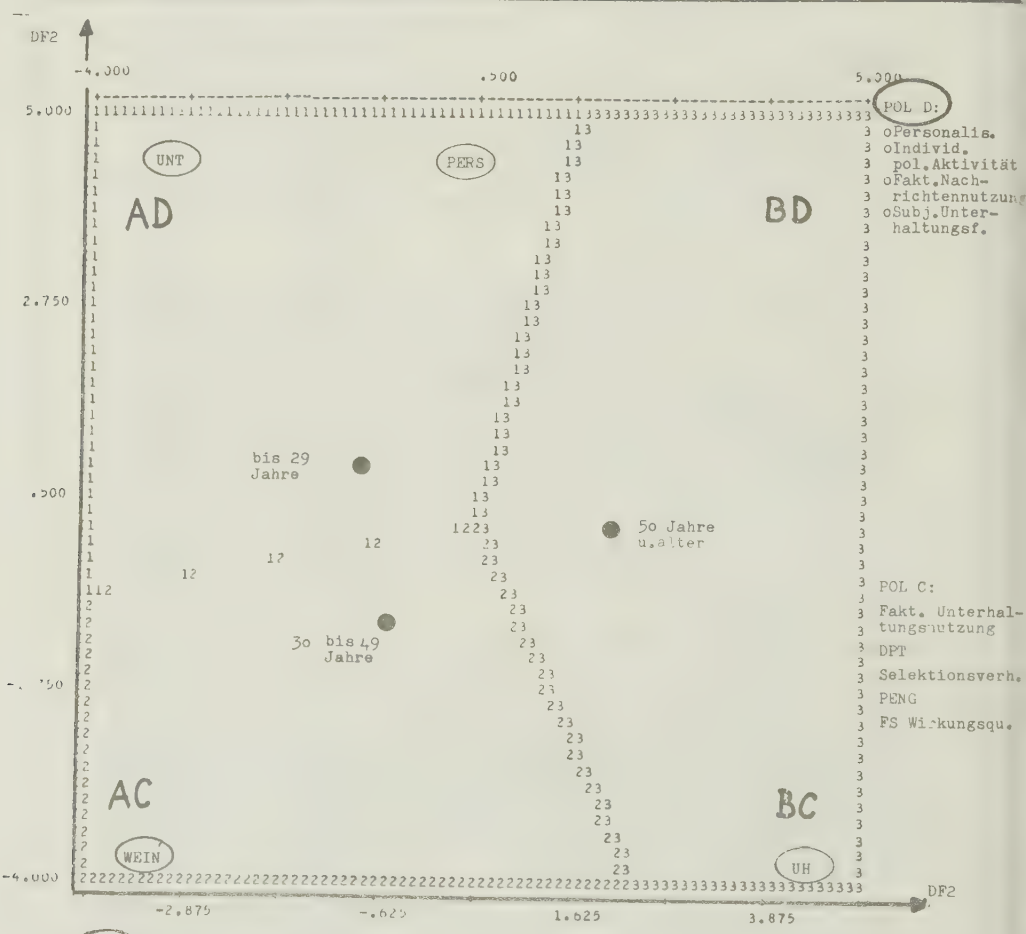
Variablen	Diskriminanzfunktionen DF1	DF2
Fakt. Nutzung polit. Sendungen FS	.566●	-.118
Unpolitische Haltung	.433●	-.667●
Abstrahierende Perzeption	.419	.001
Fernsehen als "polit. Medium"	.390	.071
Passive Teilnahme an Politik	.387	-.284
Rationale Herrschaftsorientierung	.369	-.227
Argumentationsorientierte Perzeption	.233	-.409
Individuelle polit. Aktivität	.137	.474
Personalisierende Perzeption	.045	.553☆
Faktische Nachrichtennutzung im FS	.025	.369
Politisches Engagement	-.015	-.490●
Dominanz	-.022	-.404
FS als "Entscheidungshilfe"	-.042	.341
Formelle Teilnahme	-.108	-.441
Demonstrative politische Teilnahme	-.123	-.554●
Selektionsverhalten	-.247	-.543●
Fakt. Nutzung von Unterhaltung im FS	-.252	-.723●
Fernsehen als "Wirkungsquelle"	-.467☆	-.476●
Subjektive Unterhaltungsfunktion FS	-.546☆	.369
Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien	-.684☆	.100
Nutzung von 'polit.'Druckmedien	-.703☆	-.202

GRUPPENZENTROIDE für die Altersgruppen	DF1	DF2
bis 29 Jahre	-.891☆	.892☆
30 bis 49 Jahre	-.541	-1.009●
50 Jahre u. älter	2.117●	.173

● = diskriminierte Gruppe bzw. positiv gruppendiskriminierende Variable

☆ = Gegengruppe bzw. negativ gruppendiskriminierende Variable (Variable der Gegengruppe)

GRAFIK **13** : GRUPPENZENTROIDE DER ALTERSGRUPPEN IM DISKRIMINANZRAUM VON KOMMUNIKATIVEM UND POLITISCHEM VERHALTEN (vgl.Tabelle 7)



- o Nutzung von polit. Druckmedien
- o Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien
- o Subj.Unterhaltungsfunktion FS
- o FS als polit. Wirkungsquelle

- o Fakt. Nutzung polit.Sendungen FS
- o Unpolitische Haltung
- o Abstrahierende Perzeption
- o Fernsehen als 'polit.Medium'

Die Gruppe der "über 50jährigen" unterscheidet sich von den beiden anderen Altersgruppen v.a. durch eine rigidere Grundhaltung: sie weisen eine sehr stark ausgeprägte unpolitische Haltung auf und sind in der Mediennutzung sehr stark auf die Nutzung politischer Inhalte im Fernsehen fixiert.

Die Gruppe der "30-49jährigen" nutzt demgegenüber stärker politische Druckmedien und hat am Stichtag am häufigsten Unterhaltungssendungen im Fernsehen gesehen.

Die Gruppe der "unter 30jährigen" zeigt die stärkste subjektive Unterhaltungsorientierung gegenüber dem Fernsehen und nutzt am stärksten Unterhaltungsdruckmedien.

Die Ergebnisse sind in Tabelle 7 und Grafik 13 dargestellt.

An den Ergebnissen ist m.E. zweierlei denkwürdig: einmal zeigt sich in den Ergebnissen der immer wieder auftretende Verlauf der Mediennutzung als Sozialaktivität im Lebensalter (BERGLER 1966, S. 56ff); zum anderen wird aber deutlich, daß die über 50jährigen, die ihre politische Sozialisation unter nationalsozialistischer Herrschaft erfuhren, sich von den anderen Altersgruppen am deutlichsten in ihrer unpolitischen Haltung unterscheiden. Die Älteren nutzen aber auch eher politische Sendungen im Fernsehen als politische Druckmedien. Dies mag auf Leseschwierigkeiten zurückzuführen sein. (INFRATEST 1978, S. 186ff)

Bildungs- und geschlechtsspezifisches politisches und kommunikatives Verhalten

Das sozialsituative Merkmal "formale Schulbildung" hat in der Ausprägung "Volksschulbildung" und "Abitur" deutliche Einflüsse auf kommunikatives und politisches Verhalten (vgl. Tabelle 8, 9).
Diese Polarisierung prägt:

- die a- bzw. antipolitischen Einstellungen:
  eine Volksschulbildung ist hochsignifikant mit einer starken Ausprägung der unpolitischen Haltung verbun-

TABELLE 8: MITTELWERTE DER INDIKATOREN FÜR KOMMUMIKATIVES UND POLITISCHES VERHALTEN
STICHPROBE: FS-WAHL '72

Nach kombinierter Bildung/Geschlecht-Gruppe

MITTELWERTE

INDIKATOREN		ABITUR		VOLKSSCHULE		GESAMT
		männl.	weibl.	männl.	weibl.	
PE	*	9.68	8.22	13.43	11.77	10.85
PAS	*	4.71	2.89	6.39	5.45	4.96
UH	**	6.96	4.50	8.39	10.91	7.79
PENG		11.57	12.56	11.70	11.36	11.75
FT	*	2.93	1.00	2.26	.86	1.88
SIS		6.25	6.33	6.00	6.05	6.15
DOM	**	15.68	9.56	13.48	9.95	12.53
KFR		13.79	14.39	12.04	12.56	13.16
DPT		2.36	2.22	1.74	1.27	1.91
PT	**	10.71	9.94	9.17	7.91	9.49
IPA		3.46	2.56	3.17	2.23	2.91
CHARIS	*	- .37	.17	- .07	.36	- .01
TRADIT		.02	- .13	.05	.03	.00
RATIO		- .02	- .27	.21	- .06	- .02
EFFIZ		- .03	.23	- .10	- .06	- .00
BNUTZ	**	.27	.27	.12	.06	.18
VNUTZ	*	.12	.07	.22	.18	.15
UNT		.13	.10	.13	.13	.12
BILD		.40	.35	.37	.31	.36
UNUTZF		.09	.15	.12	.10	.11
FSPOL2		.27	.21	.28	.16	.23
XNACH		.13	.12	.18	.11	.14
GSEL		1.00	1.24	1.01	.99	1.05
PEIN		.25	.24	.26	.23	.25
PINFO	*	.78	.71	.60	.51	.65
WEIN		.67	.59	.67	.69	.66
EINF		.49	.44	.55	.49	.49
FSPOL1	*	.30	.21	.30	.21	.26
DRAMA		.42	.40	.38	.45	.41
ZWECK		.37	.32	.51	.43	.41
PERS		.52	.49	.54	.49	.51
ARG		.42	.40	.49	.43	.44
ABST		.26	.23	.28	.30	.27
CV11	**	- .46	- .41	.28	.63	.00
CV12	**	- .56	- .26	.24	.67	.00
CV21	**	.47	- .44	.18	- .42	.00
CV22	*	.29	- .23	.25	- .45	.00
Gruppenumfang		28	18	23	22	91

Einfache Varianzanalyse: signifikante Mittelwertsdifferenzen

** p = .01

* p = .05

TABELLE 9: STANDARDABWEICHUNGEN DER INDIKATOREN FÜR KOMMUNIKATIVES UND POLITISCHES VERHALTEN
STICHPROBE: FS-WAHL '72
Nach kombinierten Bildung/Geschlecht-Gruppen

INDIKATOREN	STANDARDABWEICHUNGEN				
	ABITUR		VOLKSSCHULE		GESAMT
	männl.	weibl.	männl.	weibl.	
PE	6.50	4.29	7.00	5.90	6.32
PAS	4.09	3.76	3.92	3.17	3.90
UH	5.65	4.45	4.27	4.69	5.27
PENG	3.85	2.55	3.92	5.07	3.95
FT	3.51	1.85	2.85	1.32	2.74
SIS	4.19	2.67	4.13	3.50	3.70
DOM	5.10	5.85	5.01	5.38	5.82
KFR	6.56	4.88	6.14	5.58	5.89
DPT	2.25	2.16	2.03	2.10	2.15
PT	1.98	2.62	3.31	3.12	2.93
IPA	2.76	3.12	2.50	2.00	2.61
CHARIS	.85	.88	.95	.92	.93
TRADIT	.83	1.29	.78	.70	.89
RATIO	.96	.75	.92	.75	.87
EFFIZ	.81	.72	1.10	.88	.89
BNUTZ	.14	.14	.11	.10	.15
VNUTZ	.17	.10	.18	.16	.16
UNT	.14	.15	.17	.17	.16
BILD	.21	.19	.20	.17	.20
UNUTZF	.14	.23	.15	.15	.16
FSPOL2	.28	.23	.26	.20	.25
XNACH	.16	.14	.19	.12	.15
GSEL	.46	.48	.66	.49	.53
PEIN	.13	.12	.12	.11	.12
PINFO	.24	.29	.28	.32	.30
WEIN	.30	.26	.30	.31	.30
EINF	.30	.22	.24	.31	.27
FSPOL1	.14	.11	.12	.11	.13
DRAMA	.30	.26	.31	.28	.29
ZWECK	.28	.12	.34	.28	.28
PERS	.24	.27	.23	.20	.23
ARG	.21	.26	.32	.20	.25
ABST	.18	.13	.22	.22	.19
CV11	.71	1.00	.82	1.09	1.00
CV12	.88	.97	.83	.90	1.00
CV21	1.10	.92	.65	.96	1.00
CV22	1.09	.92	.83	.96	1.00

den; signifikant mit einer starken Ausprägung der politischen Entfremdung und der Einstellung, Politik sei ein Störfaktor.

- die Nutzung von Druckmedien:
  Abiturienten nutzen hochsignifikant stärker als Volksschüler "politische" Druckmedien;Volksschüler nutzen demgegenüber signifikant stärker Boulevardzeitungen oder Illustrierte.
- die allgemeine politische Informiertheit:
  Abiturienten konnten signifikant häufiger die Parteislogans der richtigen Partei zuordnen.

Andererseits sind typisch geschlechtsspezifische Ausprägungen von kommunikativen und politischen Verhaltensweisen festzustellen.
Stereotype Geschlechtsrollen beeinflussen

- die Ausprägung dominanter Persönlichkeitsmerkmale:
  Männer äußern hochsignifikant mehr Dominanz als Frauen

- die Nutzung des Fernsehens:
  Männer nutzen eher als Frauen politische Sendungen des Fernsehens - sowohl nach allgemeinen Angaben als auch in der Stichtagsnutzung.
- Politikerperzeptionen:
  Frauen äußern signifikant häufiger als Männer charismatische Herrschaftsorientierungen.
- das Interaktonspotential:
  Männer sind häufiger als Frauen in Vereinen und Verbänden organisiert und weisen (demzufolge) eine stärkere individuelle politische Aktivität auf.

2.1.3 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem politischen Verhalten und dem kommunikativen Verhalten der Befragten?"

Diese vorerst sehr grobe Fragestellung wird im Verlauf der Sekundäranalyse präzisiert. Zuerst soll betrachtet werden, ob unterschiedliche politische Meinungen mit einem unterschiedlichen Kommunikationsverhalten verknüpft sind. Dann wird in einer korrelativen Analyse systematisch nach jeweiligen bivariaten Zusammenhängen gefragt. Korrelationen haben aber in ihrer Eigenschaft als bivariate Zusammenhangsmaße den Nachteil, daß sowohl direkte, als auch über andere Einflüsse vermittelte Zusammenhänge in der Korrelation enthalten sind. (33) (Zum Problem von Scheinkorrelationen vgl. KRIZ 1973, S.242ff)
Zusammenhänge, die sich besser kontrollieren lassen, liefern die Verfahren der multiplen Regression; in diesen Verfahren sind aber immer Modellimplikationen notwendig. Eine generalisierte Form der multiplen Regression ist die kanonische Analyse, in der zwei Variablensätze aufeinander bezogen werden (vgl. GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973, S.71ff). Die Zusammenhänge zwischen politischem und kommunikativem Verhalten sollen durch solche komplexere, multivariate Regressionsanalysen präzisiert und in Modelltests pfadanalytisch überprüft werden. (34)

2.1.3.1 Bivariate Zusammenhänge

a) Politische Meinung und Kommunikationsverhalten

In der Tabelle 6 wurden die Unterschiede zwischen den Parteipräferenzgruppen in den politischen Einstellungen und Verhaltensweisen analysiert. Diese Analyse wurde auch für das Kommunikationsverhalten bzw. für kommunikationsrelevante Einstellungen durchgeführt, wobei sich allerdings kaum Differenzen zwischen den Parteipräferenzgruppen zeigten. Lediglich die Einstellung gegenüber Fernsehen

als Informationsquelle bzw. Entscheidungshilfe ist zwischen den Parteipräferenzgruppen verschieden stark ausgeprägt. SPD/FDP-Anhänger teilen signifikant weniger als CDU/CSU-Anhänger die Einstellung, daß Fernsehen als Informationsquelle/Entscheidungshilfe fungieren könne (vgl. Tabelle 6).
Das bedeutet, daß CDU/CSU-Anhänger in der Wahlkampfsituation 1972 eher als SPD/FDP-Anhänger bereit waren, die Informationen im Fernsehen als entscheidungsrelevant für ihre Wahlentscheidung zu betrachten. Die SPD/FDP-Anhänger scheinen sich dagegen in ihrer Haltung gegenüber den zur Wahl stehenden Parteien vor Beeinflussungsmöglichkeiten stärker "abgeschottet" zu haben.
Die CDU/CSU-Anhänger unterscheiden sich tendenziell von den Unentschiedenen darin, daß sie in geringerem Ausmaß die Fernsehdiskussionen unter einem personalisierenden Aspekt perzipiert haben; wobei aber zu bemerken ist, daß die CDU/CSU-Anhänger in der Wahlkampfsituation 1972 auch dadurch auffallen, daß sie in der Perzeption von Politiker-Stilen amtscharismatische Züge von Politikern in ihr Selektionsraster nicht aufnahmen.
Auf der Ebene der politischen Meinung sind also kaum Zusammenhänge zwischen der Parteipräferenz und dem Kommunikationsverhalten festzustellen. Dieses Ergebnis hat einiges Gewicht, wenn man bedenkt, daß die traditionelle Wirkungsforschung allzugerne auf der Ebene der Beeinflussung politischer Meinungen verharrt. (35)

b) Korrelative Beziehungen zwischen kommunikativem und politischem Verhalten

- Die politische Verhaltensweise der "Passiven Teilnahme an Politik" ist größtenteils über das Verfolgen politischen Geschehens via Massenmedien definiert. Zwischen dieser Verhaltensform und den Indizes zum kommunikati-

TABELLE 10: KORRELATIONEN ZWISCHEN POLITISCHEM VERHALTEN, POLITISCHEN EINSTELLUNGEN, PERSÖNLICHKEITSMERKMALEN UND KOMMUNIKATIONSVERHALTEN BZW. EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN

KOMMUNIKATIONS-DIMENSION:	NUTZUNG: BNUTZ	VNUTZ	FSPOL1	EINSTELLUNG: UNT	BILD	PEIN	WEIN	EINF	PERZEPTION: DRAMA	ZWECK	PERS	ARG	ABST
POLITISCHES VERHALTEN													
Formelle Teilnahme	.193 .067											-.211 .045	-.246 .019
Demonstrative polit. Teilnahme	.260 .013		.200 .058		.193 .067								
Individuelle polit. Aktivität	.223 .034												
Passive Teilnahme an Politik	.324☆ .002		.359☆ .001		.255 .015		-.21 .051		-.224 .033		-.203 .053		
POLITISCHE EINSTELLUNGEN													
Politische Entfremdung	-.444☆ .001				-.242 .021					-.221 .035			
Politik als Störfaktor	-.229 .029	.249 .018					.205 .051	.195 .064		.189 .074			
Unpolitische Haltung	-.456☆ .001												
Politisches Engagement	.200 .057					.196 .063		.212 .044					
PERSÖNLICHKEITS-MERKMALE													
Soziale Isolation													-.210 .046
Dominanz		.281☆ .007	.424☆ .001		.296☆ .004								
Kontaktfreudigkeit													.244 .020

ERLÄUTERUNGEN: In der Tabelle sind die Koeffizienten für die Produkt-Moment-Korrelation bei n= 91 angegeben, sofern sie eine signifikante Tendenz haben. In der Zeile unter den Korrelationskoeffizienten wird die entsprechende Signifikanz angegeben.

ABKÜRZUNGEN:

BNUTZ : Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige
VNUTZ : Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige
FSPOL1 : Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens

UNT : Einstellung gegenüber Fernsehen: Unterhaltungsfunktion
BILD : " : Bildungsfunktion
PEIN : " : "Politisches Medium"
WEIN : " : "Polit. Wirkungsquelle"
EINF : " : "Informationsquelle/Entsch.hilfe"

DRAMA : Perzeption : Dramatisierung
ZWECK : " : Zweckorientierung
PERS : " : Personalisierung
ARG : " : Argumentationsebene
ABST : " : Abstraktionsebene (Parteiprogramme)

ven Verhalten müssen also signifikante Korrelationen auftreten. Dies ist auch tatsächlich der Fall (vgl. Tabelle 10). Es ist aber darüberhinaus bemerkenswert, daß diejenigen, die normalerweise Politik über Massenmedien verfolgen, weniger davon überzeugt sind, daß das Fernsehen eine politische Wirkungsquelle sei, und weniger dramatisierende und personalisierende Aspekte in der Perzeption der Fernsehdiskussionen hervorheben.

- Die Perzeption der Fernsehdiskussionen weist auch Zusammenhänge mit der "Formellen Teilnahme" auf: Wer in Vereinen und Verbänden sehr stark organisiert ist, perzipiert die Fernsehdiskussionen weniger auf der Argumentations- und Abstraktionsebene (aber nicht stärker in anderen Aspekten).

- In der Nutzung von Massenmedien zeigt sich, daß v.a. die Nutzung von politischen Druckmedien sehr stark mit der Ausprägung politischer Einstellungen und Verhaltensweisen verbunden ist, die Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und von politischen Sendungen des Fernsehens dagegen nur wenige Zusammenhänge aufweist. Die Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien weist lediglich eine signifikant positive Beziehung zur antipolitischen Einstellung, die Politik als einen Störfaktor begreift, auf. (Diese Beziehung wird im Rahmen der gesamten Sekundäranalyse noch an Bedeutung gewinnen.)

- Im Gegensatz zur Nutzung von "politischen" Druckmedien korreliert die Nutzung von politischen Sendungen des Fernsehens lediglich signifikant positiv mit der "Passiven Teilnahme" (was aber, wie gesagt, tautologisch ist). Eine knapp signifikante positive Beziehung besteht darüberhinaus mit der "demonstrativen politischen Teilnahme", ohne daß aber die hierzu "konträre" unpolitische Haltung einen signifikanten Zusammenhang zeigt.

Die Nutzung von "politischen Druckmedien" korreliert signifikant negativ mit allen a- bzw. antipolitischen Einstellungen und knapp signifikant positiv mit der pro-politischen Einstellung "politisches Engagement". Weiterhin zeigen sich für alle politischen Verhaltensformen positive Korrelationen mit der Nutzung von "politischen Druckmedien".

- Die antipolitische Einstellung "Politik als Störfaktor" weist interessante Beziehungen zum Kommunikationsverhalten auf: Wie schon erwähnt, korreliert diese Einstellung signifikant positiv mit der Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und signifikant negativ mit der Nutzung von "politischen" Druckmedien. Tendenzielle und positive Beziehungen bestehen darüberhinaus mit den Einstellungen, Fernsehen sei eine politische Wirkungsquelle und Fernsehen könne als Entscheidungshilfe fungieren. Die antipolitische Einstellung weist auch eine positive Korrelation mit der zweckorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen auf.

- Die "politische Entfremdung" korreliert signifikant negativ mit einer zweckorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen, aber auch mit einer subjektiven Bildungs- bzw. Politikfunktion des Fernsehens. Hochsignifikant ist der Zusammenhang, daß politisch Entfremdete keine politischen Druckmedien nutzen. Entsprechend findet sich auch ein negativer - aber nicht signifikanter - Zusammenhang mit der "Passiven Teilnahme". Als Ganzes betrachtet wird in diesen Korrelationen die Hypothese bestärkt, daß politische Entfremdung mit politischer Apathie zusammenhänge. (vgl. D.G. DEAN 1970)
  Präziser kann man die Hypothese aufstellen, daß sich die politische Entfremdung dahingehend auswirkt, daß mit ihr eine kommunikative Apathie zum Thema "Politik" auftritt, daß also auch der passiv-rezeptive Kontakt zu Politik berührt ist.

Insgesamt ist festzuhalten, daß auf der Ebene von politischem Verhalten und politischen Einstellungen mehr und deutlichere Zusammenhänge mit kommunikativem Verhalten festgestellt wurden, als auf der Ebene politischer Meinungen.

In der Analyse der Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten und kommunikativem Verhalten wurden bisher nur Einzelphänomene miteinander verknüpft. Im nächsten Schritt wird die Gesamtheit der politischen Verhaltensweisen (mit Einstellungen) auf die Gesamtheit der kommunikativen Verhaltensweisen (mit Einstellungen) bezogen und nach den "Sinnbeziehungen" zwischen kommunikativen und politischen "Sinnsystemen" gefragt.
Die Beantwortung dieser Fragestellung leistet die kanonische Analyse zwischen den kommunikativen und politischen Verhaltensweisen.

2.1.3.2 Kanonische Analyse der Beziehungen zwischen politischem und kommunikativem Verhalten

Das statistische Verfahren der kanonischen Analyse kann hier nicht intensiv behandelt werden; es wird auf die Literatur verwiesen, in denen dieses Verfahren erläutert wird: HAYNES/WIMMER 1977; GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973, S.165ff; WARWICK 1975; COOLEY/LOHNES 1962. In der Darstellung der Ergebnisse der kanonischen Analyse werden nur die zum Verständnis wichtigen Anmerkungen zum Verfahren gemacht.

In die Analyse gingen zwei Variablensätze ein: ein Variablensatz für politisches Verhalten und ein Variablensatz für kommunikatives Verhalten. In dem Variablensatz zum politischen Verhalten sind auch Persönlichkeitsmerkmale enthalten, während im Variablensatz zum kommunikativen Verhalten die Variablen zur faktischen Nutzungs des Fernsehens am Stichtag eliminiert wurden (ansonsten hätten sich in der Analyse Probleme der Multikollinearität ergeben).

Das Analyseproblem besteht vorerst darin, daß innerhalb der Variablensätze solche Linearkombinationen gebildet werden, die die beiden Variablensätze maximal miteinander korrelieren lassen. Die maximale Korrelation der beiden Variablensätze ist die kanonische Korrelation, deren Quadrat (= Eigenwert) den Anteil gemeinsamer Varianz der in den beiden Variablensätzen gebildeten Linearkombinationen angibt. Dabei ist es allerdings möglich, daß die Linearkombinationen nahezu vollständig durch eine Leitvariable bestimmt werden. (Diese Gefahr besteht in der vorliegenden Analyse, da das politische Verhalten "Passive Teilnahme" über Kommunikationsverhalten definiert ist.)

Die kanonische Analyse ergab zwei signifikante kanonische Korrelationen (R_{c1} = .775, p = .000/R_{c2} = .729, p = .006). Zu diesen zwei kanonischen Korrelationen gibt es zwei kanonische Variable, die jeweils die zwei analysierten Variablensätze zu Linearkombinationen gewichten.

Zur inhaltlichen Bestimmung der Beziehung zwischen den Variablensätzen zu politischem und kommunikativem Verhalten wurden die kanonischen Komponenten aus der Korrelation zwischen den kanonischen Variablen und den jeweiligen Originalvariablen in den einzelnen Variablensätzen berechnet. Wir erhalten insgesamt vier Reihen von Korrelationen zwischen den kanonischen Variablen und den Originalvariablen (für jede kanonische Korrelation), nämlich zwei Reihen, in denen jeder Variablensatz mit seiner eigenen Linearkombination korreliert wurde (= Strukturmatrix), und zwei Reihen, in denen jeder Variablensatz mit der Linearkombination der Gegengruppe korreliert wurde (= Redundanzmatrix).
Die Strukturmatrizen werden nun zur inhaltlichen Interpretation der kanonischen Variablen herangezogen (vgl. Tabellen im Anhang). Nur die erste kanonische Variable wird interpretiert, da in der zweiten kanonischen

Variablen das Persönlichkeitsmerkmal "Dominanz" wider Erwarten als Leitvariable des Variablensatzes für politisches Verhalten aufgetreten ist. In der ersten kanonischen Variablen wird der Variablensatz zum politischen Verhalten folgendermaßen polarisiert: auf der einen Seite (A-Pol) stehen die anti- und apolitischen Einstellungen "Politische Entfremdung", "Unpolitische Haltung" und "Politik als Störfaktor"; auf der Gegenseite (B-Pol) stehen "Passive Teilnahme", "Individuelle politische Aktivität" und "Demonstrative politische Teilnahme", aber auch das Persönlichkeitsmerkmal "Dominanz". Das bedeutet, daß die politischen Einstellungs- und Verhaltensformen durch "kommunikatives Verhalten" in dieser Weise polarisiert werden; ein im folgenden bestimmtes kommunikatives Verhalten zeigt im politischen Verhalten eine hohe Ausprägung des einen und eine niedrige Ausprägung des anderen Pols politischen Verhaltens. Der Variablensatz zum kommunikativen Verhalten ist entsprechend polarisiert: auf der Seite A-Pol steht die personalisierende und zweckorientierte Rezeption der Fernsehdiskussionen; auf der Seite B-Pol stehen Nutzung von politischen Druckmedien, subjektive Bildungs-/Politikfunktion des Fernsehens, politische Informiertheit und allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens. Die gleichpoligen Seiten der beiden Variablensätze entsprechen einander (wer im Satz 1 Pol A, der hat auch im Satz 2 Pol A).

Da bei der Betrachtung der Strukturmatrizen zwischen den beiden Variablensätzen Überschneidungen auftreten, werden zwei überschneidungsfreie Modelle gebildet, in denen jeweils für die unabhängige Variable die kanonischen Komponenten aus der Strukturmatrix, für die abhängige Variable dagegen aus der Redundanzmatrix betrachtet werden. Da die Verbalisierung der Ergebnisse zu unüber-

sichtlich würde, sollen die Ergebnisse in tabellarischer Form zusammengetragen werden. Es ergeben sich zwei Modelle: einmal wird das politische Verhalten als unabhängig, das kommunikative Verhalten dagegen als abhängig begriffen, im anderen Fall umgekehrt. Aus Übersichtlichkeitsgründen wird die Tabelle nach den Polen sortiert.

KANONISCHE ANALYSE KOMMUNIKATIVEN UND POLITISCHEN VERHALTENS : VERHALTENSSYSTEME

ERSTE KANONISCHE KORRELATION R_{c1} = .775

MODELL 1; unabhängig: polit. Verhalten; abhängig: kommunikat.Verh.		MODELL 2: unabhängig: kommunikat.Verhalten; abhängig : polit.Verhalten	
VARIABLE	KANONISCHE KOMPONENTE	VARIABLE	KANONISCHE KOMPONENTE
Politische Entfremdung	.599	Politische Entfremdung	.464
Unpolitische Haltung	.482	Unpolitische Haltung	.374
Politik als Störfaktor	.329	Personalisierung	.364
Personalisierung	.282	Zweckorientierung	.323
Zweckorientierung	.250	Politik als Störfaktor	.255
Passive Teilnahme	-.704	Polit.Druckmedien	-.705
Polit.Druckmedien	-.546	Passive Teilnahme	-.546
Bildungsfunktion FS	-.340	Bildungsfunktion FS	-.346
Polit.Informiertheit	-.268	Politik im Fernsehen	-.343
Politik im Fernsehen	-.265	Abstraktion	-.248

Aufgrund der Definition der "Passiven Teilnahme" muß dieser Indikator am stärksten mit kommunikativem Verhalten verbunden sein. Dieser Zusammenhang kann nicht überraschen, wohl aber die enge Verknüpfung von apolitischen Einstellungen und der personalisierenden sowie zweckorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen. Dieser Zusammenhang trat bei der einfachen korrelativen Betrachtung weniger stark hervor. Am stärksten tritt dieser Zusammenhang im Modell 2 auf. Das besagt dann, daß die Nichtnutzung politischer Informationen der Massenmedien im Alltag die Ausprägung anti- bzw. apolitischer Einstellungen und auch die Perzeption politischer Sendungen im Wahlkampf (wobei ja die vorherrschende negative Selektion von "Politik" durchbrochen wurde) unter dem Aspekt der Personalisierung und der Wahlentscheidung erklärt.
Im Modell 1 - Erklärung kommunikativen Verhaltens durch politisches Verhalten - erklärt das Syndrom "Politische Entfremdung"/"Unpolitische Haltung"/"Politik als Störfaktor" die Nichtzuwendung zu politischen Inhalten der Massenkommunikation und steht bei der Durchbrechung dieses Selektionsfilters in der Perzeption der Fernsehdiskussionen im Zusammenhang mit einer "Personalisierung" und auf die Wahlentscheidung ausgerichteten Perzeption von "Politik".
Bemerkenswert ist auch, daß in diesem Sinnsyndrom die Nutzung politischer Druckmedien weitaus stärker als die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens dem unpolitischen Pol des Sinnsyndroms gegenübersteht.

Die Beziehungen der Verhaltenssysteme "Kommunikation" und "Politik" sollen im folgenden an expliziten Kausalmodellen nochmals aufgegriffen und in der Determination der einzelnen Variablen analysiert werden.

2.1.3.3 Rekursive Modelle für Beziehungen zwischen politischem und kommunikativem Verhalten

Die Beziehungen zwischen politischem und kommunikativem Verhalten wurden bisher ohne Berücksichtigung der Richtung solcher Beziehungen analysiert.
Im nächsten Schritt soll dazu übergegangen werden, die Gerichtetheit zusammen mit der Unmittelbarkeit von Beziehungen zu analysieren. Die Richtung einzelner Beziehungen selbst kann statistisch nicht geklärt werden; es ist notwendig, solche Richtungen in Modellen zu postulieren und die Modelle anschließend zu überprüfen.
Im einfachsten Modell wird eine Kriteriumsvariable (abhängige Variable) durch eine Reihe von Prädiktorvariablen (unabhängige Variablen) zu erklären versucht und diese Erklärung mit der multiplen Regression überprüft. Eine kompliziertere Variante solcher Modelle besteht darin, rekursive Modelle zu formulieren, und diese Modelle durch eine systematische Kette von multiplen Regressionen zu überprüfen. Solche Verfahren werden als "Pfadanalyse" oder als "Analyse kausaler Inferenz" bezeichnet. (37)
Rekursive Modelle sind Beziehungsmodelle, die aus einer Kette eindirektionaler Zusammenhänge bestehen, die also kein Feedback enthalten. Feedback-Modelle werden demgegenüber als nicht-rekursive Modelle bezeichnet. Nicht-rekursive Modelle entsprechen natürlich meistens eher der sozialen Wirklichkeit als rekursive Modelle. Die Reduktion auf rekursive Modelle, also das Ausblenden von Feedback-Prozessen, ist aber methodisch realer, da nicht-rekursive Modelle eher den Eindruck vermitteln, Realität abzubilden, als sie das tatsächlich tun.
(Vgl. AMMERMANN/GLUCHOWSKI/SCHMIDT 1975)
Die Verwendung der pfadanalytischen Methodologie in der Sekundäranalyse der Daten zur Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen kann nicht den Anspruch erheben, reale Beziehungen zu testen, eher wohl, ein Instrument zur heuristischen Strukturierung von Beziehungen zu sein.

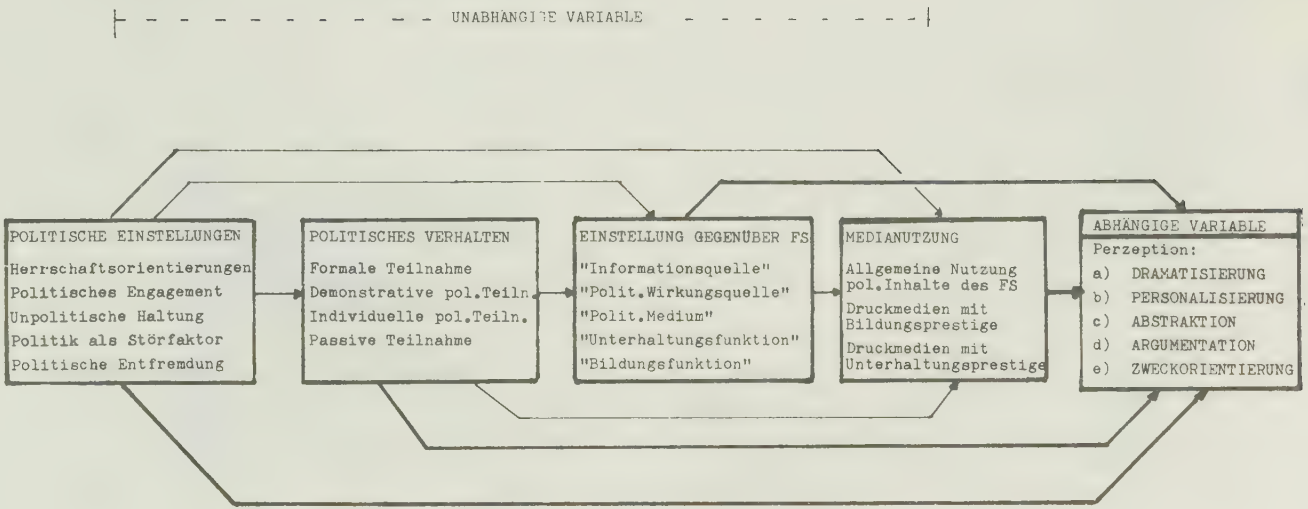
A) Modell für die Perzeption der Fernsehdiskussionen (vgl. Modell 14)

Die verschiedenen Perzeptionsweisen werden in diesem Modell als abhängige Variable begriffen und als Prädiktorvariablen werden Medianutzung, Einstellung gegenüber Fernsehen, politisches Verhalten und politische Einstellungen eingesetzt. Im Modell wird der Satz der Prädiktorvariablen hierarchisch gegen die politischen Einstellungen auspartialisiert, indem - in der durch das Modell festgelegten Reihenfolge - das Modell durch jeweiliges Einsetzen der Prädiktorvariablen als abhängige Variable abgearbeitet wird. Dabei ist zu beachten, daß die Variablen zur sozialen Situation nicht enthalten sind, d.h. die Perzeption der Fernsehdiskussionen wird nur im Rahmen kommunikativen und politischen Verhaltens kontrolliert. Das Ergebnis der pfadanalytischen Modelle wird in Tabelle 11 dargestellt. In der letzten Spalte wird das multiple Bestimmtheitsmaß der jeweiligen Regressionen angegeben (R^2_{just}). Dieses Maß zeigt, inwiefern die betrachteten Prädiktorvariablen die Varianz der Zielvariablen aufklären. Da in der Stichprobe relativ wenig Personen und im rekursiven Modell relativ viele Variable enthalten sind, wurde ein nach diesen beiden Kriterien korrigiertes Maß angegeben, das niedriger (konservativer) als das Quadrat des multiplen Regressionskoeffizienten ist (THEIL 1971, S.178).

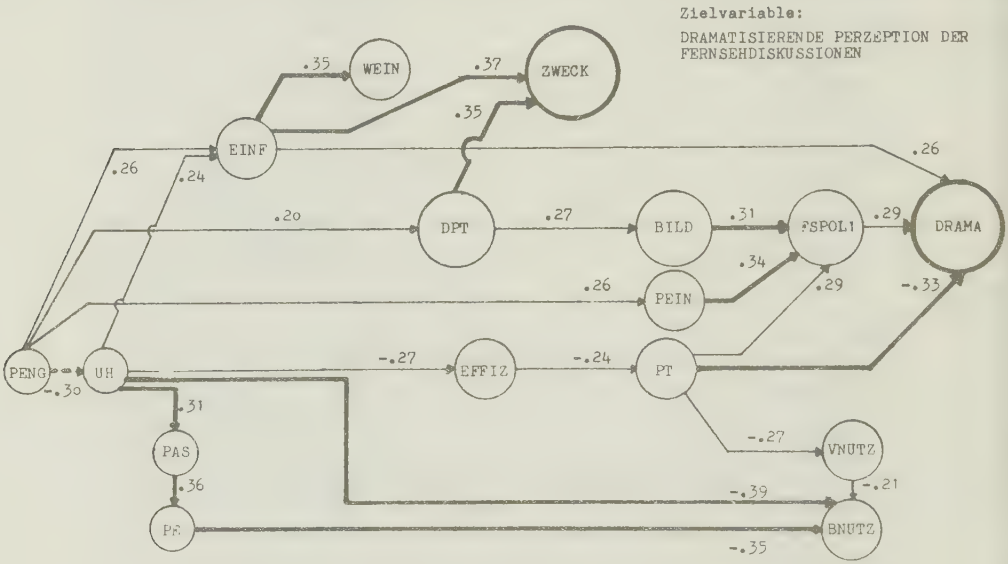
Ergebnis der empirischen Überprüfung des Modells:

Die Zielvariable "argumentationsorientierte Perzeption" und "abstrahierende Perzeption" wurden durch kommunikatives und politisches Verhalten nur in sehr geringem Ausmaß erklärt. Auch die Regressionsgerade für "Personalisierung in der Perzeption der Fernsehdiskussionen" vermag diese Zielvariable nicht signifikant ($p = .07$) (aber schon tendenziell) aufzuklären. Die mit der "Personalisierung" hoch korrelierende "Dramatisierung" wird dage-

MODELL **14** : REKURSIVES MODELL FÜR DIE PERZEPTION DER FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF IM WAHLKAMPF 1972



MODELL **15** : KOMMUNIKATIONSVERHALTEN ALS FOLGE POLITISCHER EINSTELLUNGEN ,POLITISCHEN VERHALTENS UND EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN (direkte Pfade)



direkte Pfade: standardisierte multiple Regressionskoeffizienten (BETA)

ABKÜRZUNGEN:

PENG	: Politisches Engagement	BILD	: Einstellung gegenüber FS: "Bildungsfunktion"
UH	: Unpolitische Haltung	PEIN	: Einstellung gegenüber FS: "Politisches Medium"
PAS	: Politik als Störfaktor	PT	: Passive Teilnahme an Politik
PE	: Politische Entfremdung	FSPOL1	: Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens
WEIN	: Einstellung gegenüber FS als pol.Wirkungsquelle	VNUTZ	: Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungs- bzw. Sensationsprestige
EINF	: Einstellung gegenüber FS als Informationsquelle/ Entscheidungshilfe	BNUTZ	: Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige
DPT	: Demonstrative politische Teilnahme	DRAMA	: Dramatisierende Perzeption der Fernsehdiskussionen (Zielvariable des Modells)
EFFIZ	: Auf Effizienz gerichtete Herrschaftsorientierung	ZWECK	: Zweck-bzw.Entscheidungsorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen (Zielvariable des Modells)

TABELLE 11 : REKURSIVES MODELL FÜR DIE PERZEPTION DER FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF 1972 IN ABHÄNGIGKEIT VON MEDIANUTZUNG, EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN, POLITISCHEM VERHALTEN UND POLITISCHEN EINSTELLUNGEN.
Pfadkoeffizienten (standardisierte multiple Regressionskoeffizienten BETA)

unabhängig / abhängig	BNUTZ	VNUTZ	FSPOL1	BILD	UNT	PEIN	WEIN	EINF	PT	IPA	DPT	FT	PE	PAS	UH	PENG	R^2_{just}
DRAMA			.29					.26	-.33			-.22			.19		.146 ☆
PERS					.25			.31	-.29		.26		.19				.121
ABST												-.26				-.30	.012
ARG			.22	-.23						.22	-.19	-.29					.050
ZWECK				-.19	.20			.37		-.23	.35						.210 ⊕
BNUTZ	X	-.21							.19				-.35		-.39		.333 ⊕
VNUTZ		X							-.27					.23	-.22		.056
FSPOL1			X	.31		.34	.20		.29	.22		-.20			.19		.350 ⊕
BILDUNGSFUNKTION FS				BILD				.23			.27		-.24				.139 ☆
UNTERHALTUNGSFUNKTION FS					UNT		.27			.23		-.29					.153 ☆
FS:"Politisches Medium"						PEIN										.26	.057
FS:"Polit.Wirkungsquelle"							WEIN	.35	-.20				-.18				.161 ☆
FS:"Informationsquelle/Entscheidungshilfe"								EINF							.24	.26	.048
Passive Teilnahme an Politik									PT						-.18		.064
Individuelle politische Aktivität										IPA	.46	.41				.25	.550 ⊕
Demonstrative politische Teilnahme											DPT	.26			-.47	.20	.310 ⊕
Formale Teilnahme												FT					.000
Politische Entfremdung													PE	.36		-.18	.142 ⊕
Politik als Störfaktor														PAS	.31		.076 ⊕
Unpolitische Haltung (einf.Korrelation)															UH	-.30	Korr.

gen signifikant reproduziert, die "zweckoreintierte Perzeption" sogar hochsignifikant.
Die Perzeptionsweisen sind insgesamt auffällig stärker mit dem politischen Verhalten als mit dem Medianutzungsverhalten kausal verknüpft (vgl. Tabelle 11). Im Medianutzungsverhalten ist allein die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens direkt perzeptionsrelevant. Das bestätigt einerseits das Ergebnis der kanonischen Analyse, in der die Perzeptionsvariablen in Verbindung mit den politischen Einstellungen auftraten (s.o.), zeigt aber andererseits, daß erst das gesamte Verhaltenssystem die sinnhaften Beziehungen zwischen "politischem" und "kommunikativem" Verhalten hervorheben läßt.
Von den Variablen zur Mediennutzung wird sowohl die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens als auch die Nutzung politischer Druckmedien hochsignifikant durch "Mediaeinstellungen", "politisches Verhalten" und "politische Einstellungen" erklärt. Demgegenüber wird die Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien aus diesem Variablenbereich nicht signifikant reproduziert. Die Medianutzungsvariablen haben auffällig viele direkte Beziehungen zu den politischen Einstellungen, obwohl diese im Modell sehr weit von ihnen entfernt stehen.
Um die gesamten Beziehungen übersichtlicher darzustellen, werden die direkten Pfade aus der Tabelle 11 in Form eines grafischen Modells (Modell 15) dargestellt, wobei aber nur die signifikant erklärten Zielvariablen und Pfadkoeffizienten $\geq .20$ berücksichtigt werden. (Ein Vergleich des Modells 15 mit der Tabelle 11 ergibt die vollständige Modellüberprüfung.)

Für beide Perzeptionsweisen ergeben sich zwei verschiedene Hintergründe in den politischen Einstellungen. Sowohl ein politisches Engagement, wie auch eine unpolitische Haltung beeinflussen direkt positiv die Einstellung, das

Fernsehen könne als Entscheidungshilfe fungieren. Aus dieser Einstellung wiederum erklärt sich die zweckorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen, aber auch (weniger stark) die dramatisierende Perzeption im positiven Sinn. Auffällig ist aber auch eine weitere Ambivalenz im Pfaddiagramm: während die "Passive Teilnahme an Politik" (d.h. die allgemeine Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien) einen signifikant negativen Pfad auf die dramatisierende Perzeption aufweist, führt die allgemeine Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens in einem positiven Pfad auf die dramatisierende Perzeption. Diese Ambivalenz verdeutlicht sich weiterhin darin, daß v.a. die Nutzung "politischer" Druckmedien, aber auch die "passive Teilnahme" auf die Ablehnung a- bzw. antipolitischer Einstellungen zurückgeht, nicht aber die Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens. In diesem Ergebnis zeigt sich m.E. eine besondere Qualität der Rezeption politischer Inhalte via Fernsehen gegenüber der Rezeption politischer Inhalte via "politische Druckmedien".

Einmal besteht diese Qualität im Hintergrund der Nutzung politischer Sendungen im Fernsehen, in der nicht vorhandenen Ablehnung anti- bzw. apolitischer Einstellungen, zum anderen in den Konsequenzen: der Perzeption unter dem Aspekt von Spannung etc.
Die Rezeption politischer Inhalte via Fernsehen scheint tatsächlich funktional für eine bestimmte Publikumsrolle zu sein, die BLUMLER/GUREVITCH definieren als "the spectator, seeking excitement and other affective satisfactions." (BLUMLER/GUREVITCH 1974, S.7) Überraschenderweise zeigt sich an der Überprüfung dieses Modells auch, daß der theoretisch unterstellte Zusammenhang zwischen der Perzeption politischer Inhalte des Fernsehens und der Perzeptionsmuster für die Perzeption von Politikern (Herrschaftsorientierungen) nicht bzw. kaum auftritt. (Vgl. Tabelle 12) Aus vorhergehenden Analysen ist aber bekannt, daß die Perzeptions-

TABELLE 12: Herrschaftsorientierungen im Perzeptionsmodell
vgl. Tabelle 11

1. Charismatische Orientierung

als abhängige Variable : nicht signifikant
als unabhängige Variable:
zu Formelle Teilnahme -.21
zu Allgemeiner Nutzung pol. Inhalte des FS -.18

2. Traditionale Orientierung

als abhängige Variable : nicht signifikant
als unabhängige Variable:
zu Einstellungen gegenüber Fernsehen:
"Politisches Medium" .22
"Bildungsfunktion" -.26

3. Rationale Orientierung

als abhängige Variable: nicht signifikant
als unabhängige Variable:
zu Einstellungen gegenüber Fernsehen:
"Bildungsfunktion" .19
"Unterhaltungsfunktion" .34

4. Auf Effizienz gerichtete Orientierung (Amtscharisma)

als abhängige Variable : signifikant; R^2_{just} =.080
von politischen Einstellungen:
"Unpolitische Haltung" -.27
"Politische Entfremdung" .19
als unabhängige Variable:
zu politischem Verhalten:
"Passive Teilnahme an Politik" -.24

muster für Politikerwahrnehmung (Herrschaftsorientierungen) der selektiven Interpretation nach der jeweiligen Parteipräferenz unterliegen (vgl. oben). Insofern bestätigt auch wieder die Pfadanalyse, daß das Kommunikationsverhalten und speziell die Perzeption der Fernsehdiskussionen zwar von politischen Einstellungen, aber kaum von politischen Meinungen tangiert wird.

Dennoch lohnt es sich, an einem Punkt weiter nachzudenken: Es zeigt sich kein direkter Zusammenhang zwischen der personalisierenden Perzeption - also der Perzeption von Politikern - mit der Herrschaftsorientierung - also der Präferenz für bestimmte Politiker-Stile. Das könnte bedeuten, daß die Personalisierung in der Wahrnehmung von Politik vorerst unabhängig vom Stil der personalisierenden Darstellung von Politik ist, davon, wie die Politiker sich in den Fernsehdiskussionen selbst als Person darstellen.

Das deutet sich auch darin an, daß Befragte, die Politikereigenschaften wie Sachlichkeit, Redlichkeit usw. präferieren, diese Präferenzen nicht etwa in der Perzeption der Fernsehdiskussionen auf der argumentationsorientierten Ebene ausdrücken, sondern anscheinend unabhängig davon interpretieren.
Dieses Ergebnis widerspricht der These NOELLE-NEUMANNs, daß Politiker-Images von Massenmedien leichter beeinflußt werden als Parteipräferenzen (NOELLE-NEUMANN 1977, S.411). Auf der anderen Seite entspricht unser Ergebnis der Schlußfolgerung von BLUMLER/McQUAIL "impressions of politicians are no more susceptible to media influence than are attitudes towards parties." (BLUMLER/McQUAIL 1968, S.262)
Die von anderen (A.SMITH 1977, S.198) daraus abgeleitete Folgerung, daß das Fernsehen weitaus weniger als unterstellt zur Personalisierung beitrage, kann aus der Analyse allerdings nicht bestätigt werden. Es gibt in der bisherigen Analyse durchaus Zusammenhänge zwischen einer

personalisierenden Perzeption politischer Inhalte und der allgemeinen Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens; aber es gibt auch Anzeichen dafür, daß die Personalisierung von Politik umso stärker ist, je weniger jemand alltäglich Politik in den Massenmedien verfolgt, je stärker normalerweise Unterhaltungsangebote präferiert werden.
Wenn aber festgestellt wird, daß die Personalisierung in der Wahrnehmung von "Politik" mit der Nutzung von Massenmedien zusammenhängt, dann heißt das nicht notwendigerweise, daß Politiker-Images in einer bestimmten - von den Politikern oder von Journalisten intendierten - Weise beeinflußt werden. (Vgl. WEISS 1976, S.98ff)

B) Rekursives Modell für politisches Verhalten in Abhängigkeit von kommunikativem Verhalten, Mediaeinstellungen und politischen Einstellungen

Im Gegensatz zum vorherigen Modell wird nun politisches Verhalten nicht mehr als bewirkende, sondern als bewirkte Größe verstanden. Diese Kausalannahme impliziert auch eine zeitliche Vorstellung, d.h., die zeitliche Fixierung des Erhebungszeitpunktes wird generalisiert. Im Modell wird unterstellt, daß z.B. die Perzeption der Fernsehdiskussionen genauso für ein früheres Ereignis gegolten hätte und daß politisches Verhalten durch solche vorangegangenen Perzeptionen beeinflußt werden kann. (Damit ist natürlich eine problematische Unterstellung des Modells benannt.) Die Formalisierung des Analysemodells trennt zwischen Einstellungen und Verhalten und wird im Modell 16 dargestellt. Für die Analyse gelten die gleichen Bedingungen wie oben.

Ergebnisse der Modellanalyse:

Vorab sei zu der oben genannten Implikation erwähnt, daß sich fast keine direkten Pfade von der Perzeptionsweise auf das politische Verhalten finden; das weist darauf hin, daß die Perzeptionsweisen eben nicht situationsunabhängig sind, oder daß das zumindest unwahrscheinlich ist.

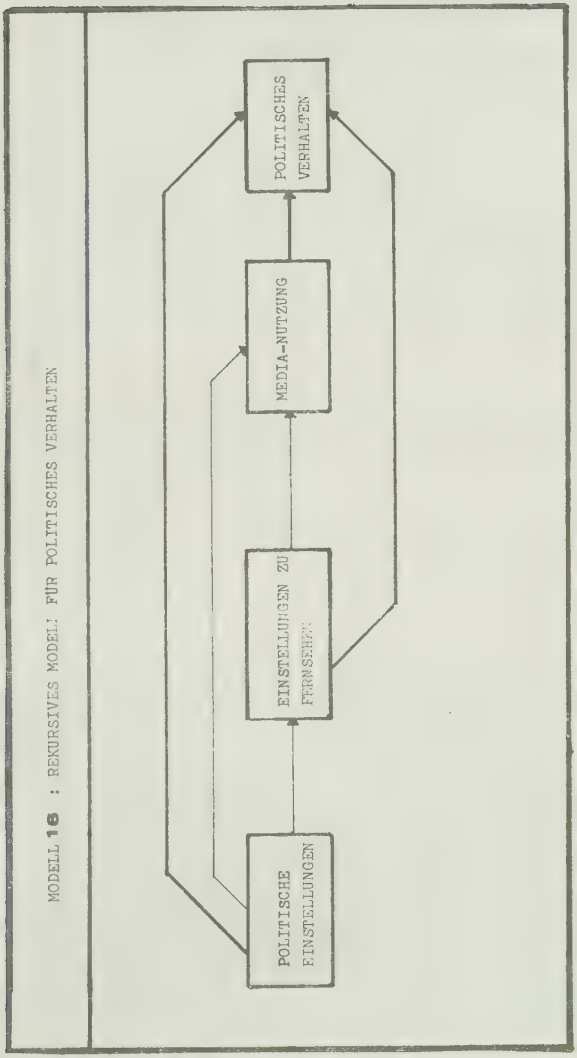
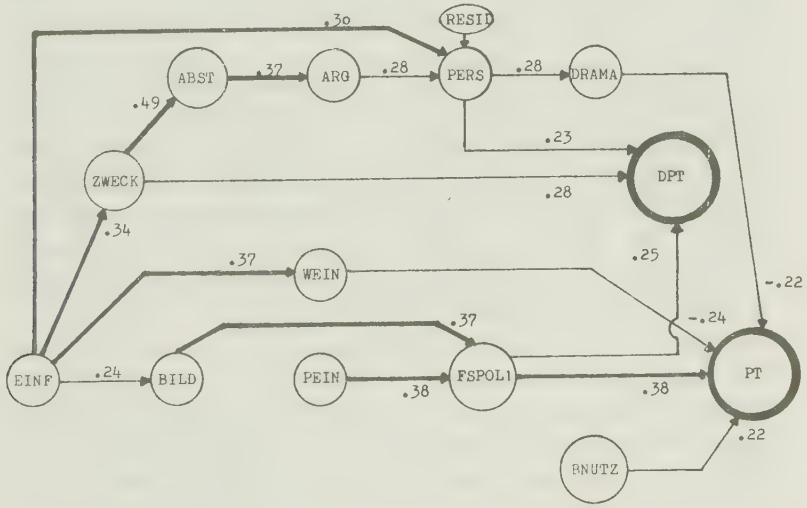

MODELL 16 : REKURSIVES MODELL FÜR POLITISCHES VERHALTEN
POLITISCHE EINSTELLUNGEN
EINSTELLUNGEN ZU FERNSEHEN
MEDIA-NUTZUNG
POLITISCHES VERHALTEN

TABELLE 12 : REKURSIVES MODELL FÜR POLITISCHES VERHALTEN IN ABHÄNGIGKEIT VON KOMMUNIKATIONSVERHALTEN, EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN, UND POLITISCHEN EINSTELLUNGEN.
Pfadkoeffizienten (standardisierte multiple Regressionskoeffizienten)

unabhängig / abhängig	DRAMA	PERS	ARG	ABST	ZWECK	BNUTZ	VNUTZ	FSPOL	BILD	UNT	PEIN	WEIN	EINF	PE	PAS	UH	PENG	R^2_{just}
FT						.22	.24											.033
PT	-.22					.22		.38			-.24							.360 ⊕
DPT		.23			.28			.25								-.45		.320 ⊕
IPA							.19	.22									.32	.154 ☆
DRAMA	●	.29			.23													.190 ☆
PERS		●	.28						.22		.30							.098
ARG			●	.37				.23								.19		.196 ☆
ABST				●	.49									-.28			-.30	.167 ☆
ZWECK					●				.20		.35							.168 ☆
BNUTZ						●	-.24							-.36		-.44		.317 ⊕
VNUTZ							●								.22			.030
FSPOL1								●	.37		.38							.240 ⊕
BILD									●		-.18	.24			-.25			.117 ☆
UNT										●	.27							.129 ☆
PLIN											●						.25	.060
WEIN												●	.37	-.18	.19			.145 ⊕
EINF													●		.18	.21	.27	.067
PE														●	.36		-.18	.142 ⊕
PAS															●	.31		.097 ⊕
Herrschaftsorientierung extra:						als unabhängige Variable								als abhängige Variable				
CHARIS																		-
TRADIT									-.28		.23							-
RATIO									.20	.36								-
EFFIZ														.19		-.27		.080

MODELL 17 : POLITISCHES VERHALTEN ALS FOLGE POLITISCHER EINSTELLUNGEN, EINSTELLUNGEN GEGENÜBER MASSENMEDIEN UND KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

Grafische Darstellung direkter Pfade nur für die Abhängigkeit von Einstellungen gegenüber Massenmedien und Kommunikationsverhalten (vgl. die vollständige Tabelle 12)



direkte Pfade: standardisierte multiple Regressionskoeffizienten (BETA)

ABKÜRZUNGEN:

EINF : Einstellung gegenüber FS als Informationsquelle/ Entscheidungshilfe

ZWECK : Zweck- bzw. Entscheidungsorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen

ABST : Abstrahierende Perzeption der Fernsehdiskussionen

ARG : Argumentationsorientierte Perzeption der FS-Diskussionen

PERS : Personalisierende Perzeption der FS-Diskussionen(RESID=Residual)

DRAMA : Dramatisierende Perzeption der FS-Diskussionen

WEIN : Einstellung gegenüber FS als politische Wirkungsquelle

PEIN : Einstellung gegenüber FS: "Politisches Medium"

FSPOL1 : Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens

BNUTZ : Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige

BILD : Einstellung gegenüber FS: "Bildungsfunktion"

PT : Passive Teilnahme an Politik (Zielvariable des Modells)

DPT : Demonstrative politische Teilnahme (Zielvariable des Modells

Von den politischen Verhaltensweisen im engeren Sinn werden" "Passive Teilnahme" und "Demonstrative Teilnahme" hochsignifikant, "Individuelle politische Aktivität" signifikant im Modell erklärt (vgl. Tabelle 12). Die "Formelle Teilnahme" wird weder in diesem noch im vorhergehenden Modell erklärt. Insgesamt werden die politischen Verhaltensformen im vorliegenden Modell sehr stark durch die Mediennutzung und durch politische Einstellungen bestimmt.
Für die grafische Darstellung der Determinanten politischen Verhaltens werden nur die hochsignifikant erklärten Verhaltensweisen "Passive Teilnahme" und "Demonstrative politische Teilnahme" im Pfaddiagramm (vgl. Modell 17) ausgewiesen. Das Diagramm muß im Zusammenhang mit der Tabelle 12 gelesen werden, weil es nur selektiv wiedergegeben ist; es dient der Veranschaulichung, nicht aber der vollen Präsentation der Ergebnisse.
Das Modell zeigt, daß die Annahme, politisches Verhalten sei eine Folge kommunikativen Verhaltens, zwar zur Verstärkung der Beziehungen zwischen den kommunikativen Verhaltensweisen, nicht aber zu einem sinnvollen Modell führt. (So, wie aus einer Korrelationsmatrix immer Faktoren extrahiert werden können, so können natürlich daraus immer "Pfade" gewonnen werden.) Inhaltlich interpretiert verweist das darauf, daß kommunikatives Verhalten im Rahmen politischer Verhaltensweisen i.e.S. stattfindet, das Modell muß in seiner ursprünglichen Kausalbeziehung revidiert werden. Die Logik des Modells ermöglicht es aber, die Betrachtung der Variablen zum politischen Verhalten als abhängige Variable aufzugeben und das Modell neu zu interpretieren. Dann werden im revidierten Modell die Perzeptionsweisen als untereinander, von der Medianutzung, der Einstellung gegenüber Fernsehen und von politischen Einstellungen determiniert begriffen. (Damit kommen die politischen Verhaltensweisen im Modell nicht mehr vor. Die Tabelle 12 ist als qua-

dratische Form, in den abhängigen Variablen ab "DramatisierendenPerzeption" zu lesen.)
Bei dieser Betrachtung zeigt sich, daß die Perzeptionsweisen durchaus nicht antagonistisch auftreten (z.B. in der Form: wer die Diskussionen personalisierend perzipiert, der perzipiert nicht auf der Abstraktionsebene). (38) Es scheint eher so zu sein, daß die Perzeption der Fernsehdiskussionen (in der operationalisierten Form) die informationstheoretische Definition von "Information" bestätigt: Information als Beseitigung einer Unkenntnis (BENSE 1969, S.25f), d.h. als Überraschungswert, bedingt auch, daß das, was hier als Perzeption bezeichnet wird, mit vorgängigen Erfahrungen und Kenntnissen verbunden ist (39). Die "Informationsfunktion" der Fernsehdiskussionen muß also vorerst als individuell unterschiedlich betrachtet werden. Dabei sind folgende Grundkonstellationen denkbar (40):
Die Fernsehdiskussionen brachten:

a) überhaupt nichts Neues

b) teilweise Neues

c) auf allen Gebieten Neues

Im Fall a) und C) wären die erhobenen Perzeptionsweisen vollständig miteinander verbunden, im Fall b) könnten antagonistische Perzeptionsweisen auftauchen. Die Operationalisierung bedingt also nicht nur selektive Wahrnehmungen (spezielle Aufmerksamkeiten), sondern auch Abstimmungen mit bereits "Erfahrenem" bzw. "Gewußtem".
Wenn die gesamten thematisierten Aspekte der Perzeption miteinander verbunden sind, wie dies aus Modell 17 ersichtlich ist, dann gibt es zumindest Gruppen von Befragten, für die die Fernsehdiskussionen auf fast allen Gebieten "Neues" gebracht haben. Interessanterweise zeigt aber auch dieses Modell, in dem die Perzeptionsweisen

untereinander auspartialisiert sind, daß der direkte Einfluß der Bewertung des Fernsehens als "Entscheidungshilfe" auf die zweckorientierte und personalisierende Perzeption stark prägend bleibt; ferner, daß diese Prägung der zweckorientierten Perzeption eine "Kettenreaktion" auf alle Perzeptionsweisen ausübt. Im Sinne der Gleichgewichtstheorie kognitiver Strukturiertheit interpretiert: Wer erwartet, daß Fernsehen ihm Entscheidungshilfen bietet, perzipiert auch die Fernsehdiskussionen unter dem auf die Wahlentscheidung ausgerichteten zweckorientierten Aspekt. Das bedeutet, daß er die Fernsehdiskussionen nicht streng selektiv, sondern unter vielen entscheidungsrelevanten Aspekten perzipiert. Andererseits zeigt aber die direkte Abhängigkeit der personalisierenden Perzeption von der Erwartung einer Entscheidungshilfe, daß die Personalisierung der hervorstechendste entscheidungsrelevante Aspekt in der Perzeption der Fernsehdiskussionen zu sein scheint, sei es aufgrund der Präsentation im Medium durch die Selbstdarstellung der Politiker, sei es aufgrund "naiver Weltbewältigung" (BERGLER 1966, S.92ff) dieser Befragten.

C) Diskussion der rekursiven Modelle

Die Modelle zur Analyse der Kausalstrukturen politischen und kommunikativen Verhaltens waren eindirektionale (= rekursive) und lineare Modelle; d.h. diese Modelle erfassen nur drastisch reduzierte Probleme sozialer Wirklichkeit.
Im vorliegenden Fall werden zwei alternative Kausalstrukturen überprüft: a) die Abhängigkeit kommunikativen Verhaltens von politischem Verhalten i.w.S. und b) die Abhängigkeit politischen Verhaltens i.e.S. von kommunikativem Verhalten und politischen Einstellungen. Es hat sich gezeigt, daß die Unterstellung der Abhängigkeit politischen Verhaltens i.e.S. von kommunikativem Ver-

halten zwar deutliche Bestimmungen aus dem Bereich der Medianutzung erfährt, sonst aber wenig sinnvoll ist. Demgegenüber erklärt politisches Verhalten i.w.S. durchaus kommunikatives Verhalten (Modell 15). Dabei ging es aber um Kausalstrukturen zwischen einzelnen Verhaltensweisen, deren Ordnung durch die aufgestellten Modelle bestimmt wurde. Die Beziehungen zwischen kommunikativem und politischem Verhalten sind aber, wie die kanonische Analyse nahelegt, als Beziehungen zwischen Teilsystemen sozialen Verhaltens, die sich gegenseitig bestimmen, zu interpretieren. Die kanonische Analyse legt nahe, daß nicht-rekursive Modelle - also Feedback-Modelle - der Realität eher entsprechen, als die hier überprüften rekursiven Modelle. Insofern möchte ich die formulierten rekursiven Modelle lediglich als Präzisierung von Teil-Beziehungen verstehen.

2.1.3.4 Zusammenfassung der Analyseergebnisse zur Fragestellung: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem politischen Verhalten und dem kommunikativen Verhalten der Befragten?"

1. Zwischen dem politischen und kommunikativen Verhalten haben sich eine Reihe von Zusammenhängen ergeben und in der Analyse zunehmend verdichtet, sodaß von stringenten Zusammenhängen zwischen politischem Verhalten und kommunikativem Verhalten gesprochen werden kann.

2. Die Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten i.w.S. und kommunikativem Verhalten konnten auf der Ebene der politischen Meinung (Parteipräferenz) fast überhaupt nicht, auf der Ebene politischer Einstellungen und Verhaltensweisen dagegen sehr deutlich nachgewiesen werden (s.o.).
   Der stärkste generelle Zusammenhang besteht zwischen der Nutzung politischer Druckmedien und politischen Einstellungen bzw. auch Verhaltensweisen. Demgegen-

über ist die Nutzung von politischen Sendungen des Fernsehens indifferenter, wobei aber die Einstellungen gegenüber Fernsehen tendenzielle Zusammenhänge mit den politischen Einstellungen bzw. Verhaltensformen aufweisen (s.o. Tabelle 10).

3. Eine hohe politische Entfremdung ist zusammen mit einer anti- und apolitischen Einstellung sinnhaft mit der zweckorientierten und personalisierenden Perzeption der Fernsehdiskussionen verbunden. Demgegenüber steht ein Sinnzusammenhang, in dem die allgemeine passiv-rezeptive Teilnahme an Politik am stärksten mit der Nutzung politischer Druckmedien, weniger stark mit der subjektiven Zuschreibung einer Bildungs- bzw. Politikfunktion für das Fernsehen und der tatsächlichen Nutzung politischer Inhalte verbunden ist. Das bedeutet, daß die "Unpolitischen", die normalerweise kaum Politik in den Massenmedien verfolgen, wenn sie in Wahlzeiten politische Sendungen im Fernsehen nutzen, diese Sendungen häufiger unter den Aspekten der Personalisierung und der Wahlentscheidung perzipieren. Regelmäßige Nutzer politischer Inhalte - v.a. in politischen Druckmedien, weniger im Fernsehen - perzipieren dagegen solche Fernsehsendungen eher nicht unter diesen Aspekten (41).
In der Nutzung politischer Inhalte "politischer Druckmedien" zeigt sich ein Unterschied gegenüber derjenigen des Fernsehens: Während die Nutzung politischer Druckmedien auf die Ablehnung apolitischer Einstellungen zurückgeführt werden kann, gilt das nicht für die Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens. Sie ist im Gegenteil sogar tendenziell positiv mit einer unpolitischen Haltung verbunden.

4. Eine dramatisierende Perzeption politischer Inhalte (d.h. hier speziell der Fernsehdiskussionen) ist direkt von einer schwach ausgeprägten alltäglichen Verfolgung politischer Vorgänge v.a. in der Tageszeitung, von einer dagegen stark ausgeprägten Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens und einer stark ausgeprägten Einstellung, das Fernsehen könne bei der Wahl als Entscheidungshilfe fungieren, abhängig. (Vgl. Modell 14 und Tabelle 11)

5. Diese Ergebnisse verstärken Vermutungen über die Existenz von Sinnsystemen politischen Kommunikationsverhaltens. Darauf verweist vor allem die kanonische Analyse, die eine starke Interdependenz politischer und kommunikativer Verhaltenssysteme aufzeigt. Wenn es solche Sinnsysteme gibt, dann muß es auch feststellbare Personengruppen geben, die sich solchen Sinnsystemen entsprechend verhalten. Dieser Frage wird im nächsten Analyseabschnitt nachgegangen.

2.1.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?"

Nachdem bisher festgestellt wurde, daß es Zusammenhänge zwischen dem politischen und dem kommunikativen Verhalten der Befragten gibt, besteht in der Analyse weiterhin das Problem, ob solche Zusammenhänge in der betrachteten Stichprobe gleichermaßen, oder aber für spezifische Publikumssegmente gelten.
In der Massenkommunikationsforschung gilt bisher vorwiegend das Prinzip, von sozialstrukturellen Merkmalen ausgehend, Ausprägungen kommunikativen Verhaltens zu betrachten. (42)

In den neueren Ansätzen zur theoretischen Konzeptualisierung von Kommunikationsprozessen treten in letzter Zeit aber immer stärker Ansätze hervor, die kommunikatives Verhalten weniger als einzelne Bestandteile sondern eher als sinnhaft strukturierte Systeme von (kommunikativem) Verhalten begreifen wollen. (43) Es ist aber festzustellen, daß solche Überlegungen meistens als theoretische Forderungen, aber nur vereinzelt als empirische Konzepte auftreten. In der kommerziellen Mediaforschung sind solche methodische Ansätze in der letzten Zeit ebenfalls verstärkt zu beobachten. In dieser Forschung stellt sich das Problem aber eher umgekehrt dar: es gibt viele empirisch ermittelte Publikumstypologien, die aber im Sinne der Massenkommuniaktionsforschung "theorielos" sind, weil sie massenmediale Publika nach Konsumkriterien typologisieren und dann nach der Reichweite von Medien in diesen "Konsumtypen" fragen. (44) Als Defizit der Massenkommunikationsforschung kann die auf Kommunikationsverhalten zentrierte Typologie des Medienpublikums benannt werden. (45)
In der Sekundäranalyse kann es nicht darum gehen, deskriptiv Realtypen kommunikativen Verhaltens in der Bevölkerung zu umreißen. Es geht vielmehr darum, nach ihrem Kommunikationsverhalten unterscheidbare Segmente der Stichprobe zu bilden, diese Segmente zu identifizieren und nach Zusammenhängen mit anderen Kriterien (z.B. politisches Verhalten) zu analysieren.
Die Homogenität in den Segmenten kommunikativen Verhaltens wird dabei als Indikator für identische oder ähnliche Sinnzusammenhänge im kommunikativen Verhalten aufgefaßt.

Die Clusteranalyse wurde für die Befragten nach den Variablen zum kommunikativen Verhalten - mit Ausnahme der Daten zur Stichtagsnutzung - mit dem hierarchischen WARD's-Verfahren durchgeführt.(46)

Ergebnis der Clusteranalyse zum kommunikativen Verhalten:

Aus der grafischen Darstellung des Heterogenitätszuwachses läßt sich entnehmen, daß die optimale Clusterlösung zwischen vier und sechs Clustern liegt. (47) (Vgl. Grafik im Anhang) Ab der Fusion auf sechs Cluster nimmt die Heterogenität innerhalb der Cluster sprunghaft zu, wobei stationär der Heterogenitätszuwachs bei der Fusion von fünf auf vier Cluster gering, von vier auf drei Cluster aber wieder stark ist. Aufgrund der Clusterumfänge in der Stichprobe empfahl sich in unserem Zusammenhang die Wahl der suboptimalen Lösung mit drei Clustern. Diese Drei-Cluster-Lösung erklärt 60 % der Stichprobenvarianz im kommunikativen Verhalten durch die Gruppenbildung, wobei 40 % der Stichprobenvarianz in den Clustern verbleiben.

Diese Clusterlösung wurde durch Diskriminanzanalysen evaluiert. Dabei wurde die Clusterzugehörigkeit als Kriteriumsvariable eingesetzt und deren Trennfunktionen in verschiedenen Diskriminanzräumen betrachtet. Es wurden drei Analysen gerechnet, in denen einmal der typenkonstituierende Variablensatz zum Kommunikationsverhalten, dann der Variablensatz zum politischen Verhalten und schließlich ein Variablensatz zum politischen und kommukativen Verhalten eingesetzt wurde.

Evaluation der Clusterlösung

Die aus dem vollen Variablensatz zur "Medianutzung" durchgeführte Analyse ergab zwei hochsignifikante Diskriminanzfunktionen, von denen die erste 75 % und die zweite 25 % der Unterschiede zwischen den Medianutzungstypen erklärt. Diese Analyse brachte in der Prognose eine richtige Zuordnung (von prognostizierten auf tatsächlichen Typzugehörigkeiten) von 90 %. Die in der ursprünglichen Typenbildung ausgeschlossenen Variablen zur faktischen Stichtagsnutzung zeigten in dieser Analyse keinen Beitrag zur Diskriminierung der Typen. Die gewählte Clusterlösung ist damit evaluiert.

Begreift man die durchgeführten Diskriminanzanalysen als Methode zur auspartialisierten Gewichtung von Variablen zur Unterscheidung unserer drei Medianutzungstypen, so treten in der multivariaten Betrachtung neben den oben erwähnten aber doch noch einige "politische Variable" zur Unterscheidung der Medianutzungstypen auf: Bildet man aus den Variablen der politischen Einstellung und aus den Persönlichkeitsdaten Trennfunktionen (Diskriminanzfunktionen) zur Unterscheidung der Medianutzungstypen, so sind diese Trennfunktionen nicht signifikant und die Prognose aus diesem Variablensatz auf die Medianutzungstypen ergab nur 59 % richtige Zuordnungen.

Die Analyse, in der die Diskriminanzfunktion aus dem gesamten Variablensatz, also sowohl aus politischen Variablen als auch aus den Medianutzungstypen berechnet wurden, ergab ebenfalls zwei signifikante Diskriminanzfunktionen, deren Koeffizienten hier aber eine Reihe von politischen Variablen zur Unterscheidung der Medianutzungstypen hoch gewichten. Die erste Diskriminanzfunktion erklärt 69 % und die zweite 31 % der berechneten Unterschiede zwischen den Medianutzungstypen. Die Prognose aus diesen Diskriminanzfunktionen ergab dann 96 % richtige Zuordnungen. Das bedeutet, daß in der multivariaten Analyse die politischen Variablen die Trennschärfe zwischen den Medianutzungstypen immerhin um 6 % erhöhen.
Diese Diskriminanzanalyse ist insofern hochinteressant, als die Cluster über die konstituierenden Variablen (aktive Variable) hinaus weiter verdichtet wird. Die grafische Darstellung der Diskriminanzscores in diesem durch die typenkonstituierenden und zusätzlichen (passiven) Variablen gebildeten Diskriminanzraum zeigt recht plastisch die Konstellation der Medianutzungstypen auf. (Vgl. Grafik im Anhang) (48)

Die diskriminanzanalytische Überprüfung der Medianutzungscluster läßt sich folgendermaßen zusammenfassen:
Die Überprüfung der Medianutzungstypen durch die Diskriminanzanalyse der Variablen zur Medianutzung in Bezug auf diese Typen zeigt, daß die Typologisierung stabil ist. Neben den clusteranalyseimmanenten Verfahren zur Evaluation der Stabilität dieser Lösung konnte sie also auch extern erbracht werden.
Eine Diskriminanzanalyse der Medianutzungstypen anhand von politischen sowie von Medianutzungsvariablen zeigt dann, daß die in diesem Bezugssystem auspartialisierten Gewichte bestimmten politischen Variablen sehr wohl einen hohen Stellenwert zur Unterscheidung der Medianutzungstypen zuweisen.
Die Medianutzungstypen können aber nicht anhand von Variablen zur politischen Einstellung/Verhalten und Persönlichkeitsdimensionen allein unterschieden werden. Daraus folgt: politische Einstellungen und politisches Verhalten erklärt für sich allein keine Medianutzungskonfigurationen. Aber auch in der Überprüfung auf Medianutzungskonfigurationen zeigt sich eine Interdependenz zwischen politischem und kommunikativem Verhalten dadurch, daß auch politisches Verhalten in sinnhaft verbundenes kommunikatives Verhalten eingebettet ist.
Die inhaltliche Bestimmung der einzelnen Cluster als Medianutzungstypen wird über die Reaktion auf die typenkonstituierenden Variablen zum Kommunikationsverhalten vorgenommen (vgl. Tabelle 13).
Eine spezifisch unterschiedliche Reaktion für jeden Medianutzungstyp (nach DUNCAN-Range-Test) liegt in der zweckorientierten Perzeption der Fernsehdiskussionen vor. (49) Diese Variable trennt die Medianutzungstypen am stärksten. Der zweitstärkste Unterschied zwischen den Typen ist in der allgemeinen Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens auszumachen. Dieser Unterschied entspricht dem der zweckorien-

TABELLE 13 : MEDIANUTZUNGSTYPEN: KONSTITUIERENDE VARIABLEN

VARIABLE ZUM KOMMUNIKATIONSVERHALTEN	MEDIANUTZUNGSTYP			IRRTUMSWAHRSCHEINLICHKEITEN FÜR SIGNIFIKANTE DIFFERENZEN(1)			
	1	2	3	GESAMT	1/3	1/2	2/3
Nutzung von Druckmedien mit Bildungs-/Politikprestige	-	o	+	.023	.01		
Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige	o	+	-				.034
Subjektive Unterhaltungsfunktion des Fernsehens	+	o	-	.002	.000		
Subjektive Bildungsfunktion des Fernsehens	o	+	-	.034			.01
Fernsehen als "Polit. Medium"	o	+	-	.05			.035
Politische Informiertheit	o	o	+				
Fernsehen als "Polit.Wirkungsquelle"	o	o	⊖	.000	.000		.000
Fernsehen als "Informationsquelle bzw. Entscheidungshilfe"	o	+	⊖	.000	.000		.000
Allgemeine Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens	o	⊕	-	.000	.012	.011	.000
Dramatisierende Perzeption	o	⊕	-	.000	.07	.000	.000
zweckorientierte Perzeption	◎	⊕	⊖	.000	.001	.032	.000
Personalisierende Perzeption	o	+	-	.001	.011		.001
Argumentationsorientierte Perzeption	-	⊕	o	.000		.002	.006
Abstrahierende Perzeption	o	⊕	o	.001		.002	.004
SOZIODEMOGRAFISCHE BESTIMMUNGEN: N =	42	15	34				
ALTER							
bis 29 Jahre	+	o	-	Chi-Quadrat: 4.684 ; DF = 4			
30 bis 49 Jahre	o	-	+	Signifikanz: .321			
50 Jahre u. älter	-	+	o				
SCHULBILDUNG							
Volksschule	+	o	-	Chi-Quadrat: 4.853 ; DF = 2			
Abitur	-	o	+	Signifikanz: .088			
GESCHLECHT							
männlich	o	+	o	Chi-Quadrat: 1.95 ; DF = 2			
weiblich	o	-	o	Signifikanz: .378			

ERLÄUTERUNGEN ZUR TABELLE :

"+", "-","o" : Abweichungsrichtungen vom Gesamtmittel

○ eindeutig abgesetzter Typ nach DUNCAN-Range-Test bei alpha =.01

(1) Irrtumswahrscheinlichkeiten für F-Werte bei der Varianzanalyse für "GESAMT", für T-Werte bei den Mittelwertvergleichen zwischen den Typpaaren 1/2, 1/3, 2/3

tierten Perzeption in der typenspezifischen Reaktion, daher soll er zur Gruppenbezeichnung herangezogen werden. (50)
Der Medianutzungstyp 1, der in der Stichprobe mit 46 % am stärksten ausgeprägt ist, ist ein "durchschnittlicher Nutzer politischer Inhalte im Fernsehen" (3).
Dieser Typ grenzt sich gegenüber den beiden anderen Typen durch eine verhältnismäßig niedrige Nutzung von "politischen" Druckmedien und eine hohe subjektive Zuschreibung einer Unterhaltungsfunktion für das Fernsehen ab. Auffällig ist auch eine geringe argumentationsorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen bei diesem Medianutzungstypus.
Soziodemografisch kann dieser Typ durch eine Polarisierung der Altersgruppen (während 18-29-Jährige überrepräsentiert sind, sind die über 50-Jährigen unterrepräsentiert) und eine Überrepräsentanz von Volksschülern gekennzeichnet werden.

Der Medianutzungstyp 2 ist in der Stichprobe mit 17 % am wenigsten vertreten, dafür aber aufgrund seines Kommunikationsverhaltens hochinteressant. Dieser Typ wird durch seine "hohe Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens" charakterisiert.
Gegenüber den beiden anderen Typen zeichnet sich dieser Medianutzungstyp durch seine positiven Ausprägungen folgender Merkmale aus:

- allgemeine Nutzung politischer Inhalte im Fernsehen
- dramatisierende Perzeption der Fernsehdiskussionen
- zweckorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen
- argumentationsorientierte Perzeption der Fernsehdiskussionen
- abstrahierende Perzeption der Fernsehdiskussionen

Alle thematisierten Aspekte der Perzeption der Fernsehdiskussionen sind bei diesem Typ überdurchschnittlich hervor-

gehoben. Dieses Verhalten verblüfft vorerst, wenn man von der Hypothese ausging, daß die Fernsehdiskussionen unter verschiedenen Aspekten perzipiert werden, dieser Typ aber äußert, daß er durch die Fernsehdiskussionen in allen Aspekten Neues erfahren habe. Das beobachtete Phänomen verdichtet sich jedoch, wenn auch das übrige Kommunikationsverhalten dieses Typs betrachtet wird. Der Medianutzungstyp 2 nutzt am stärksten Druckmedien mit Unterhaltungsprestige, "politische" Druckmedien dagegen nur durchschnittlich. Dementsprechend sieht dieser Typ im Fernsehen das politische Medium schlechthin: er betrachtet das Fernsehen am stärksten als politisches Medium, aber auch als politische Wirkungsquelle. Subjektiv für sich selbst, betont er die Bildungs- bzw. Politikfunktion des Fernsehens und schätzt das Fernsehen auch als Informationsquelle und Entscheidungshilfe. Dadurch, daß dieser Typ sich im Informationsverhalten sehr stark auf das Fernsehen ausrichtet und andererseits auf alle möglichen Perzeptionsarten positiv reagiert - also den stärksten und zugleich am wenigsten spezifizierten "Lerneffekt" äußert - drängt sich der Verdacht auf, daß dieser Typ durch das Fernsehen zu beeinflussen ist. Diese Aussage verlangt aber zusätzliche Bemerkungen: dieser Typ will auch beeinflußt werden, wenn er meint, daß das Fernsehen als Entscheidungshilfe fungieren könne. Damit ist aber noch nicht gesagt, daß die selektive Wahrnehmung ausgeschaltet sei. Die Hoffnung, das Fernsehen könne als Entscheidungshilfe fungieren, kann ebenso in der Hoffnung auf Verstärkung der eigenen Position (also Beseitigung von Verunsicherung) bestehen. Sozialsituative Charakteristika dieses Typs sind in tendenziell höherem Alter und der eindeutigen Überrepräsentanz von Männern zu erkennen. Bildungsunterschiede lassen sich nicht angeben.

Der Medianutzungstyp 3 (37 %) wird durch eine niedrige Nutzung politischer Inhalte im Fernsehen charakterisiert. Dieser Typ zeigt deutlich zurückhaltende Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber Fernsehen, er sucht Politikfunktionen eher in den Druckmedien.
Im Vergleich zu den anderen Medianutzungstypen weist dieser Typ die stärkste Nutzung von "politischen" Druckmedien bei gleichzeitig niedrigster Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien auf. Darüberhinaus ist dieser Medianutzungstyp auch der Typ mit dem höchsten Wert für "politische Informiertheit".
Im DUNCAN-Range-Test wird die Eigenständigkeit dieses Typs in

- o der negativen Bewertung des Fernsehens als Wirkungsquelle
- o der negativen Bewertung des Fernsehens als Informationsquelle bzw. Entscheidungshilfe
- o der geringen zweckorientierten Perzeptionen der Fernsehdiskussionen

nachgewiesen. Das Beeinflussungssyndrom fällt bei diesem Typus also negativ aus. Dieser Medianutzungstyp perzipiert (typenimmanent betrachtet) die Fernsehdiskussionen eher unter argumentationsorientierten und abstrahierenden als unter zweckorientierten und personalisierenden Aspekten.
In der subjektiven Bedeutung des Fersehens für diesen Medianutzungstyp fällt auf, daß sowohl die Bildungs- wie auch die Unterhaltungsfunktion des Fernsehens weniger wichtig als bei den anderen Typen beurteilt wird.

Die Medianutzungstypen lassen sich verkürzt zusammenfassen:

Typ 1: Durchschnittlicher Nutzer politischer Informationen des Fernsehens (46 %)

- o niedrige Nutzung "politischer Druckmedien"
- o hohe subjektive Unterhaltungsfunktion des Fernsehens
- o Volksschulbildung
- o jüngste Altersgruppe

TABELLE 14 : MEDIANUTZUNGSTYPEN UND POLITISCHE EINSTELLUNGEN, POLITISCHES VERHALTEN, PERSÖNLICHKEITSMERKMALE
Mittelwertvergleiche nach Medianutzungstypen

VARIABLE	MEDIANUTZUNGSTYP Typ 1	Typ 2	Typ 3	F-PROB.
Politische Einstellung				
Politische Entfremdung	+	-	o	.687
Politik als Störfaktor	5.95	5.33	3.56	.025
Unpolitische Haltung	o	+	-	.247
Politisches Engagement	o	o	o	.617
Politisches Verhalten				
Formelle Teilnahme	o	o	o	.705
Demonstrative politische Teilnahme	o	o	o	.917
Passive Teilnahme	8.50	10.33	10.35	.010
Individuelle politische Aktivität	-	+	+	.381
Persönlichkeitsmerkmale				
Dominanz	o	+	o	.236
Soziale Isolation	-	+	o	.621
Kontaktfreudigkeit	o	+	-	.377

Wenn zwischen den Gruppen keine signifikanten Differenzen bestanden, wurden nur die tendenziellen Abweichungen durch "-","o","+" gekennzeichnet.

Typ 2: Starker Nutzer politischer Information des Fernsehens (17 %)

- o starke Betonung der "Politikfunktion des Fernsehens
- o stark ausgeprägtes "Lernverhalten durch Fernsehen
- o starke Nutzung von "Unterhaltungsdruckmedien"
- o männlich
- o tendenziell älter als 50 Jahre

Typ 3: Schwacher Nutzer politischer Inhalte des Fernsehens (37 %)

- o niedrige Einschätzung der "Politikfunktionen" des Fernsehens
- o starke Nutzung "politischer" Druckmedien
- o schwache Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien
- o Abitur
- o 30-49 Jahre

Diskussion der Medianutzungstypen

Da das Kommunikationsverhalten der Medianutzungstypologie auf das Fernsehen konzentriert ist, wird es interessant, die erhaltene Medianutzungstypologie mit einer Programminteressentypologie von Fernsehzuschauern zu vergleichen (B.FRANK 1975):
Im Anschluß an die Tagesablaufstudien 1970/71 wurden die Interessenstrukturen verschiedener Zuschauergruppen gegenüber dem Fernsehprogramm - Umfang und Art der Gemeinsamkeiten und Verschiedenheiten gegenüber verschiedenen Programmsparten - ermittelt. Rund 2000 Befragte sollten angeben, welche Sendungen sie sich "auf jeden Fall"

"vielleicht" "wahrscheinlich nicht" und "auf keinen Fall" ansehen werden.
Als Maßeinheiten für die Programminteressen wurde ein Interessenindex gebildet (von 1.00 = alle Befragten würden die Sendung auf jeden Fall ansehen bis 7.00 = alle Befragten würden die Sendung auf keinen Fall ansehen). D.h. es wurden Präferenzen erfragt, die insofern mit der "subjektiven Funktionszuschreibung des Fernsehens" in der vorliegenden Sekundäranalyse korrespondieren. (B.FRANK 1975, S.40f) Die Klassifizierung der Sekundäranalyse entspricht der Perspektive der "externen Interessenüberschneidungen" (B.FRANK 1975, S.45f). B. FRANK berichtet, "daß der Kontrast Politik/leichte Unterhaltung für die engeren Zuschauerkreise der Unterhaltungsprogramme geringe, jedoch für die politisch interessierten Zuschauer größere Konflikte schafft, da von ihnen 40 % in starkem Maße auch an Unterhaltung interessiert sind." (B.FRANK 1975, S.45)
Die Typologisierung der Programminteressenstrukturen von Fernsehzuschauern bildet andere und ausdifferenziertere Typen als unsere Clusteranalyse (B.FRANK 1975, S.46ff). Es soll aber trotzdem danach gefragt werden, ob die in der Sekundäranalyse erhaltene Typologisierung in der Typologie von Programminteressen zu identifizieren ist. (52)
Der von FRANK berichtete Zuschauertyp C "älteres männliches Publikum mit breitem Interessenspektrum und hoher Fernsehnutzung" weist deutliche Parallelen zum Medianutzungstyp 2 auf. Die sozialstrukturellen Merkmale und auch die Verhaltenskomponenten sind nahezu identisch. Die Beschreibung der Programminteressen dieses Zuschauertyps: "Die Bereitschaft, Informationsprogramme zu sehen, ist nahezu ebenso groß, wie der Wunsch nach Unterhaltungsprogrammen. Unter den fünf ersten Sendungen finden sich zwei politische Sendungen, das zeitkritische Magazin (Rangplatz 2) und die Auslandskorrespondentensendung (Rangplatz 4)." (B.FRANK 1975, S.47)

Der Medianutzungstyp 1 wird zumindest in den Zuschauertypen E und H wiedererkannt, in einem jüngeren Publikum, das entweder eindeutige Unterhaltungspräferenzen oder sehr geringes Interesse am Fernsehangebot aufweist. Im groben Medianutzungstyp 1 sind die v.a. unterhaltungsorientierten Zuschauertypen (Typ B,D,E,H bei FRANK) versammelt.
Wichtig erscheint aber der Vergleich des Medianutzungstyps 3 mit dem Zuschauertyp F: "Oberschichtangehörige mit selektivem Informationsinteresse" (FRANK 1975,S.48). Aufgrund der Quotierung nach Bildungsgruppen ist dieser Typus in der Sekundäranalyse überproportional stark vertreten. FRANK berichtet zu diesem Zuschauertyp:
"Die Angehörigen dieser Gruppe sind durch einen bemerkenswerten Unterschied zu allen anderen Zuschauertypen charakteristiert: Die Sehbereitschaft gilt hier vor allem den Informations- und Bildungsprogrammen." (B.FRANK 1975, S.48f)
In der Medianutzungstypologie der Sekundäranalyse stellt sich bei diesem Zuschauertypus aber doch seine gleichrangige Zurückhaltung gegenüber Unterhaltungs- und Bildungs- oder Informationsprogrammen des Fernsehens heraus. Betrachtet man die Tabelle der Interessen-Indizes der Zuschauertypen (B.FRANK 1975, S.51), dann wird deutlich, daß in diesem Punkt kein Widerspruch zwischen der Medianutzungstypologie und der Zuschauertypologie vorliegt. In der Zuschauertypologie bekundet der Typ F immanent zwar mehr Interesse an politischen und informativen Sendungen als an Unterhaltungssendungen, das Interesse an politischen und informativen Sendungen dieses Typs ist aber geringer als das des Typs C (entspricht Medianutzungstyp 2).
Der Vergleich zwischen den von mir ermittelten Medianutzungstypen und den Zuschauertypen von FRANK zeigt, daß die Präferenzstrukturen für politische und informative

Sendungen des Fernsehens übereinstimmen und in beiden Typologien identifiziert werden können. Der Vergleich zeigt aber auch, daß die immanente Betrachtung von Programminteressen einen verkürzten Bezugsrahmen setzt. Der Ansatz zur Ermittlung von Programminteressen ist innerhalb der Standarduntersuchungen der Fernsehforschung positiv hervorzuheben.
Trotzdem offenbart sich m.E, eine gewisse Hilflosigkeit im Umgang mit solchen Programminteressentypologien, wenn nicht zumindest die Struktur generellen massenkommunikativen Verhaltens in diese Überlegungen mit einbezogen werden. Die Medianutzungstypologie zeigt jedenfalls Ansätze dafür, wie wichtig es ist, die Komplementaritätsthese (53) der Nutzung von Massenmedien innerhalb von Segmenten des massenmedialen Publikums zu überprüfen.
Aus den Medianutzungstypen ergeben sich jedenfalls Anzeichen dafür, daß Medianutzung eher ein Verhaltenssystem als ein Nebeneinander in der Nutzung verschiedener Medien darstellt. In der Massenkommunikationsforschung käme es deshalb darauf an, festzustellen, welche Verhaltenssysteme sinnhaft voneinander abgegrenzt sind, und wie diese Abgrenzungen mit den sozialen Situationen derer zusammenhängen, die sich den Massenmedien zuwenden. Auch an diesem Punkt ist es fraglich, ob die isolierte Betrachtung der Zuwendung zu einem Medium (54) massenkommunikative Phänomene nur annähernd erklären kann. Andererseits ist festzustellen, daß komplexe theoretische Entwürfe, die solche Erklärungen ansteben, leichter zu formulieren als empirisch zu erfüllen sind. (55)
Die in der Sekundäranalyse zur Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen ebenfalls unvollständig erhobene Kommunikationsstruktur weist jedenfalls in zwei Richtungen aus der sonst üblichen Beschreibung hinaus: einmal zeigt sich die Kommunikationstruktur von Fernsehzuschauern im Zusammenhang mit der Nutzung von Druckmedien, zum anderen im Zusammenhang mit politischem Verhalten und Einstellungen. (56)

Die Medianutzungstypen sollen im folgenden immanent an der Art ihrer Druckmedien- und Fernsehnutzung unterschieden und diskutiert werden, bevor zu externen Unterscheidungsmerkmalen - der faktischen Nutzung des Fernsehens am Stichtag und dem politischen Verhalten - übergegangen wird.

Der Mediennutzungstyp 2 unterscheidet sich in der Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige signifikant von Medianutzungstyp 3. Der Medianutzungstyp 2 ist ein starker Mediennutzer, nicht nur in bezug auf Fernsehen, sondern auch in bezug auf die Druckmedien. Der Medianutzungstyp 3 ist dagegen ein spezifischer Mediennutzer: dieser Typ nutzt sehr stark politische Druckmedien, Fernsehen und Unterhaltungsdruckmedien dagegen weniger stark. Der Medianutzungstyp 1 ist wiederum in der Medianutzung eher an Unterhaltung orientiert, er nutzt am wenigsten politische Druckmedien.
Die Zuwendung zu politischen Inhalten des Fernsehens scheint - so legen diese groben Medianutzungstypen nahe - verschiedenen Strukturen zu folgen. (Tabelle 13)
Die in den Analysen der Variablenzusammenhänge festgestellten Sinnstrukturen des kommunikativen Verhaltens konnten damit tatsächlich an Personen identifiziert werden.

Im allgemeinen liegt dem Fernsehen gegenüber eher eine Unterhaltungsorientierung vor (FRANK 1975; "umfangreichster" Medianutzungstyp 1), die v.a. mit einer niedrigen Nutzung "politischer" Druckmedien, aber mit einer durchschnittlichen Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens (nach Eigenangaben) verbunden ist. Von diesem "Kommunikationsmuster" weichen die anderen beiden Medianutzungstypen ab:

- einmal durch eine stärkere Medianutzung überhaupt (Medianutzungstyp 2), in deren Zusammenhang in der Druckmediennutzung die Unterhaltung und in der Fern-

sehnutzung die Politik überdurchschnittlich stark hervorgehoben wird. Da dieses Medianutzungsmuster v.a. bei Älteren festzustellen ist, kann damit eine Funktionsverschiebung zwischen politischen Druckmedien und Fernsehen aufgrund von Alterungsprozessen (Leseschwierigkeiten, Konzentrationsschwierigkeiten) indiziert sein. Mit der starken Zuwendung zu politischen Sendungen ist in diesem Medianutzungstyp auch eine äußerst starke Wahrnehmung des Fernsehens als politisches Medium verbunden. Das "Politikprestige" von Druckmedien wurde nicht erfragt, aber es scheint, daß das Fernsehen in dieser Gruppe im Vergleich zu Druckmedien ein stärkeres Politikprestige zugeschrieben bekommt.

- Der Medianutzungstyp 3 weist ein gegenläufiges Sinnmuster auf. Das Fernsehen hat in dieser Gruppe ein niedriges Politikprestige, die persönliche Relevanz des Fernsehens wird sowohl im politisch-informativen als auch im unterhaltenden Bereich relativ niedrig eingeschätzt, politische Inhalte werden weniger im Fernsehen als in Druckmedien verfolgt.

  In der Medianutzungstypologie tritt damit ein widersprüchliches Ergebnis gegenüber der Programminteressentypologie auf: der "Oberschichtangehörige mit selektivem Informationsinteresse" nutzt in der Stichprobe "Fernsehen im Wahlkampf 1972" signifikant weniger politische Inhalte im Fernsehen als die beiden anderen Medianutzungstypen.

Wenn man die Fehlerquellen der Ergebnisse beider Typologien, die aus der Befragunsgsituation resultieren können, berücksichtigt, so deutet sich an, daß

- die Feststellung, "die Sehbereitschaft (der Oberschichtangehörigen mit selektivem Informationsinteresse, HR) gilt hier vor allem den Informations- und Bildungs-

programmen." (FRANK 1975, S.48f), sich auf die vorgelegten Alternativen im Fernsehprogramm bezieht;

- daß diejenigen, die primär Unterhaltung nutzen, meinen, daß sie ihr Prestige durch Nennung der Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens "aufbessern" können;
- daß diejenigen mit hoher Schulbildung dem Fernsehen gegenüber distanzierter eingestellt sind.

Die Bemerkungen von G.STEINER zum Durchschnittszuschauer in den USA (G.STEINER 1972) erfahren im Vergleich der Medianutzungstypologie mit der Programminteressentypologie Bestätigung in der Betrachtung der Fernsehzuschauer in der Bundesrepublik Deutschland.
Vor allem die Überlegungen STEINERs zum "durchschnittlichen nicht-durchschnittlichen Zuschauer", den er auch kürzer als "Academicus" bezeichnet, scheinen trotz der verschiedenartigen Organisationsform und Struktur des US-amerikanischen Fernsehens auch für unsere Situation zutreffend zu sein. (G.STEINER 1972, S.270ff). STEINER argumentiert, daß sich "Hoch-Gebildete" von dem Durchschnittszuschauer kaum in der Nutzung, aber sehr stark in der Einstellung gegenüber Fernsehen unterscheiden (STEINER 1972, S.273), daß sie in der persönlichen Einstellung gegenüber Fernsehen recht großen Wert auf das Auswählen legen, vielleicht aber nicht so wählerisch seien, wie sie behaupten (G.STEINER 1972, S.270).
Der 'Academicus' sieht, wenn überhaupt, nur wenig fern, er betrachtet es sicher nicht als wichtige Informationsquelle. Sein Hauptanliegen betrifft die sozialen und kulturellen Auswirkungen der Tatsache, daß Fernsehen für die Massen oft eine Art Flucht ist. Seiner Meinung nach braucht das Land mehr informative und lehrreiche Sendungen, genauso wie es bessere Schulen ... braucht, nicht so sehr zu seinem persönlichen Vorteil und Gebrauch, sondern im Interesse des

allgemeinen Wohls." (G.STEINER 1972, S.271) Der persönliche Gebrauch politischer Informationen scheint bei denjenigen, die eine höhere formale Bildung aufweisen, tatsächlich mehr auf Druckmedien konzentriert zu sein. Die zielgruppenorientierte Programmplanung (FRANK 1975, S.39) läuft so Gefahr - ohne Berücksichtigung der allgemeinen Kommunikationsstruktur - teilweise falschen Schlußfolgerungen aufzusitzen. (57)

Medianutzungstypen und faktische Nutzung von Fernsehen

Der Medianutzungstyp 1 betont v.a. die Unterhaltungsfunktion des Fernsehens, während der Typ 2 eher die Bildungsfunktion hervorhebt. Der Typ 3 hingegen sieht weder in der Unterhaltungsfunktion noch in der Bildungsfunktion des Fernsehens für sich überaus relevante Angebote.
Es fragt sich, ob diese Unterstellungen mit dem faktischen Verhalten dieser Typen gegenüber dem Fernsehen in Einklang zu bringen sind. Erwartungsgemäß müßte nun der Typ 1 faktisch häufiger Unterhaltungssendungen, der Typ 2 hingegen faktisch häufiger politische Sendungen am Stichtag gesehen haben.
Die faktische Nutzung von Unterhaltungssendungen weist keine signifikanten Unterschiede zwischen den Medianutzungstypen in der Stichtagsnutzung auf.
Der Range-Test nach DUNCAN zeigt aber die (nicht signifikante) Tendenz, daß die Nutzung von Unterhaltungssendungen tatsächlich im Typ 3 am geringsten und im Typ 1 am stärksten ausgeprägt ist.
Die faktische Nutzung von Nachrichtensendungen weist ebenfalls keinen signifikanten Unterschied zwischen den Typen auf. Es ist jedoch festzustellen, daß der Typ 1 relativ am wenigsten und der Typ 2 am relativ häufigsten Nachrichtensendungen am Stichtag im Fernsehen gesehen hat. Schließlich zeigt sich auch in der faktischen Nutzung von politischen Sendungen kein

signifikanter Unterschied zwischen Typen. Der Range-Test verweist aber auf eine Tendenz, die den Typ 2 als stärkeren Nutzer von politischen Sendungen als den Typ 1 und den Typ 3 ausweist.
Das aktuelle Medianutzungsverhalten zeigt so also eine "Trägheit" gegenüber den angegebenen - latenten - Nutzungspräferenzen bzw. -prädispositionen.
Anders ausgedrückt: wenn bekundet wird, man sähe im allgemeinen politische Sendungen im Fernsehen, so heißt das nicht unbedingt, daß in der aktuellen Nutzungssituation das Angebot an politischen Sendungen tatsächlich ausgewählt wird.
Dies wiederum heißt aber nicht, daß die Befragten einfach lügen. Die subjektive Überzeugung oder der Vorsatz, solche "anspruchsvollen" Sendungen zu sehen, bleibt in den Situationen des Alltags eines Mediennutzers anscheinend oft an den Klippen von "bequemen" Unterhaltungssendungen hängen. Dennoch scheint zu gelten, daß die ausgedrückte Präferenz für Sendungen mit dem Prestige des "Bildungsanspruchs" latent zum Tragen kommt; derart, daß diejenigen, die solche Präferenzen aufweisen, eher politische Sendungen nutzen als andere.
Die "aktuellen Nutzungsmuster" - die nicht in die Typenbildung eingingen - sind zwar schwächer, aber immerhin konsistent mit der Medianutzungstypologie zu vereinbaren, (58)

Medianutzungstypologie und "politische Variable"

Auffallend ist vorerst, daß die Medianutzungstypen sich in Bezug auf Variable der politischen Einstellung und des politischen Verhaltens kaum unterscheiden. (Vgl. Tabelle 14)
Signifikante Unterschiede zwischen den Typen treten nur zur politischen Einstellung "Politik als Störfaktor " (Irrtumswahrscheinlichkeit: p = 0,025) und zur Verhal-

tensweise der "passiven Teilnahme an Politik" (Irrtumswahrscheinlichkeit: p = 0.01) auf.

Pol. Variable	Medianutzungstypen 1	2	3	F-Prob. Varianzanalyse
"Politik als Störfaktor" $\bar{x}$	+ 5.95	+ 5.3	-- 3.56	p = 0.025
"Passive Teilnahme" $\bar{x}$	-- 8.5	+ 10.3	+ 10.35	P = 0.01

Typ 3, der "Politik im Fernsehen" abstinent gegenübersteht, und eher auf "Politik in Druckmedien" ausgerichtet ist, zeigt ungefähr die gleiche Ausprägung der "Passiven Teilnahme" wie der "Politik im Fernsehen erlebende" Typ 2. Ein niedrigerer Grad an "Passiver Teilnahme" ist für den Durchschnittstyp 1 zu erkennen. (Da "Passive Teilnahme" über Zuwendung an politische Inhalte in den Massenmedien neben der Wahlbeteiligung operationalisiert ist, liegt in diesem Ergebnis eine gewisse Redundanz.)
Andererseits zeigt aber die Einstellung "Politik als Störfaktor" eine Affinität zwischen den Typen 1 und 2. Das heißt: bei denjenigen, die politische Inhalte eher in den Druckmedien als im Fernsehen suchen, ist eine deutlich niedrigere Ausprägung der Einstellung "Politik sei oft ein Störfaktor" aufzufinden als bei den übrigen Befragten, die Politik regelmäßig oder sporadisch eher im Fernsehen suchen. Diejenigen, die das Fernsehen sehr stark als politisches Medium betrachten und dort politische Inhalte suchen, meinen eher, (und fast im gleichen Ausmaß wie der

Typ 1) Politik sei ein Störfaktor. Aber diejenigen, die das Fernsehen als politisches Informationsmedium betrachten (Typ 2) weisen im Gegensatz zu dem eher unpolitischen Typ 1 und gleichauf mit dem in anderen Medien (nämlich in Druckmedien) politische Inhalte nutzenden Typ 3 eine stärkere Verbindung zum politischen Geschehen als politisches Publikum (d.h. in der Rolle der passiven Teilnahme) auf. Dieses Ergebnis legt nahe, daß das politische Publikum im engeren Sinn auch nach medialen Publikumsrollen ausdifferenziert werden kann: eine stark ausgeprägte Rezeptionsdisposition für Politik via Fernsehen unterscheidet sich von einer stark ausgeprägten Rezeptionsdisposition für Politik via Druckmedien (genauer: Druckmedien mit Bildungsprestige) in der Dimension antipolitischer Resentiments. Vorerst kann aber noch nicht gesagt werden, ob eine eher antipolitische Einstellung zur bevorzugten Nutzung von Politik via Fernsehen führt, oder ob Rezeption von Politik via Fernsehen antipolitische Einstellungen wenn nicht erzeugt, so doch zumindest nicht abbaut.

Resümee der Fragestellung "Gibt es Publikummsegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?"

Das Ergebnis der Analyse hat gezeigt, daß es Publikumssegmente mit einem verschiedenen politischen Kommunikationsverhalten i.w.S. gibt. Diese Segmente weisen aber auch unterschiedliche Gebrauchswertansprüche an verschiedene Medien auf.
Dies gilt v.a. für die Nutzung spezifischer Druckmediengattungen zusammen mit der spezifischen Nutzung des Fernsehens:

- Nichtnutzung "politischer" Druckmedien und mittlere Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens bei starker Unterhaltungsorientierung gegenüber dem Fernsehen;
- mittlere Nutzung "politischer" Druckmedien zusammen mit hoher Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und

hoher Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens;

- hohe Nutzung "politischer" Druckmedien zusammen mit niedriger Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und niedriger Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens.

Aus diesem Ergebnis erheben sich Zweifel an der (nicht genauer differenzierten) Komplementaritätsthese, daß die Medien als Träger politischer Information in den Augen des massenmedialen Publikums eine komplementäre Funktionserfüllung anbieten (ARD 1969, S.32; MEDIA PERSPEKTIVEN 10/75, S.465). Die Analyse dieses Phänomens anhand von Kreuztabulationen scheint nicht ausreichend zu sein (59). In der Zusammenfassung der Longitudinalstudie "Massenkommunikation 1964-1974" (MEDIA PERSPEKTIVEN 10/75) wird festgestellt, daß trotz zunehmender Gleichwertigkeit der Medien in der Sicht der Rezipienten die Medien dennoch eine unterschiedliche Einschätzung ihrer publizistischen Funktionen erfahren. "Gemessen an der Häufigkeit der Statementzuordnungen ist das Fernsehen im Meinungsbild der Rezipienten vorrangig politisches Informationsmedium- der Hörfunk zunehmend Unterhaltungsmedium, die Tageszeitung weiterhin Mittler lokaler Informationen. Die drei tagesaktuellen Medien erfüllen für den Rezipienten also unterschiedliche publizistische Funktionen und sind subjektiv für ihn nicht austauschbar." (MEDIA PERSPEKTIVEN 10/75, S.466)
Es ist aber zu bemerken, daß diese Beschreibung sich auf eine durchschnittliche Imagezuschreibung bezieht, und daß das politische Image des Fernsehens wohl primär in dem Image der Nachrichtensendungen begründet liegt. Wenn diese Beschreibung des "durchschnittlichen Meinungsbildes" zum Credo der Beschreibung der massenkommunikativen Situation wird, dann birgt diese Verallgemeinerung Gefahren in sich. Die Aussage, das Fernsehen würde als das politische Medium schlechthin betrachtet, ist metho-

disch zu relativieren. Dafür müßte die Homogenität der oben zitierten Beschreibung in der gesamten Kommunikationsstruktur oder zumindest in der inhaltlichen Zuwendung zu verschiedenen Medien untersucht werden. (60) Wenn es heißt, die tagesaktuellen Medien erfüllen für den Rezipienten unterschiedliche Funktionen, dann wird eine Funktionszuschreibung der Medien zementiert. Die Errungenschaft der neueren Ansätze der Massenkommunikationsforschung besteht bisher aber gerade darin, gezeigt zu haben, daß die Individuen die Gebrauchswertansprüche an die Medien aufgrund ihrer Situation interpretieren und definieren (RENCKSTORF 1977, v.a. S. 7-59; KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973; WEISS 1978). Die Frage, was Menschen mit den Medien machen (KATZ/FOULKES 1962), wird aber pervertiert, wenn sie mit der Häufigkeit von Statementzuordnungen beantwortet wird.
Auch die Medianutzungstypologie beschreibt "statistische Menschen", allerdings mit dem Unterschied, daß in ihr sinnhafte Zusammenhänge kommunikativen Verhaltens zusammengefaßt werden. Die Medianutzungstypologie konnte vergröbernd die Sinnzusammenhänge aus der Analyse von Variablenzusammenhängen auf der Ebene handelnder Personen konkret identifizieren.

2.1.5. Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse I: Fernsehen im Wahlkampf 1972

Zum kommunikativen Verhalten

- Es gibt anscheinend sehr verschiedene Sinnstrukturen für die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens. Eine solche Sinnstruktur hängt mit der Art der Nutzung von Druckmedien zusammen: Wer stärker solche Druckmedien wie Boulevardzeitungen oder Illustrierte regelmäßig ließt, scheint der Vermittlung von Politik via Fernsehen mehr Bedeutung zuzumessen als derjenige, der stark auf Politik ausgerichtete Druckmedien nutzt. Für diese scheint die Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens keine Alternative, sondern eher ein komplementäres Verhalten zur Nutzung von Druckmedien mit Politik-Inhalten zu sein, oder das Fernsehen ist für sie als politisches Medium weniger relevant.

- Die Zuschreibung einer Unterhaltungs- bzw. einer Bildungsfunktion des Fernsehens im eigenen "Gebrauchswertzusammenhang" hat offenbar verhaltensrelevante Konsequenzen für die Nutzung dieses Mediums.

- Wer dem Fernsehen gegenüber deutliche Unterhaltungspräferenzen hat, unterstellt diesem Medium eine starke politische Wirksamkeit und zeigt auch eine stark zweckorientierte - d.h. auf die Wahlentscheidung ausgerichtete - Perzeption der Fernsehdiskussionen, obwohl er nicht mehr als andere im Fernsehen eine Entscheidungshilfe sieht.

- Es besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen der faktischen Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen

und der Personalisierung in der Perzeption der Fernsehdiskussionen. Dies ist der einzige hochsignifikante Zusammenhang zwischen Nutzungsverhalten und der Perzeption der Fernsehdiskussionen.
Die personalisierende Perzeption steht wiederum im Zusammenhang mit der Erwartung, daß das Fernsehen als Entscheidungshilfe fungiere, und mit der tatsächlich auf die Wahlentscheidung ausgerichteten Perzeption der Fernsehdiskussionen. An dieser Stelle - der Diskussion von Korrelationen - können keine Wirkungsaussagen getroffen werden. Als Vermutung wird aber nahegelegt, daß vom Medium Fernsehen diejenigen beeinflußt werden, die beeinflußt werden wollen, und daß eine solche Beeinflussung dann durch bzw. über die Wahrnehmung von Personen kanalisiert wird. Solche Beeinflussungsprozesse scheinen v.a. für die Personen relevant zu sein, die vorwiegend das Fernsehen als Medium der Unterhaltung nutzen.

Fragestellung: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem politischen Verhalten und dem kommunikativen Verhalten der Befragten?"

Zwischen dem politischen und kommunikativen Verhalten haben sich eine Reihe von Zusammenhängen ergeben und in der Analyse zunehmend verdichtet, so daß von stringenten Zusammenhängen zwischen politischem Verhalten und kommunikativem Verhalten gesprochen werden kann.

Die Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten i.w.S. und kommunikativem Verhalten konnten auf der Ebene der politischen Meinung (Parteipräferenz) fast überhaupt nicht, auf der Ebene politischer Einstellungen und Verhaltensweisen dagegen sehr deutlich nachgewiesen werden.
Der stärkste Zusammenhang besteht zwischen der Nutzung po-

litischer Druckmedien und politischen Einstellungen bzw. auch Verhaltensweisen. Demgegenüber ist die Nutzung von politischen Sendungen des Fernsehens indifferenter, wobei aber die Einstellungen gegenüber Fernsehen tendenzielle Zusammenhänge mit den politischen Einstellungen bzw. Verhaltensformen aufweisen.

Eine hohe politische Entfremdung ist zusammen mit einer anti- und apolitischen Einstellung sinnhaft mit der zweckorientierten und personalisierenden Perzeption der Fernsehdiskussionen verbunden. Demgegenüber steht ein Sinnzusammenhang, in dem die allgemeine passiv-rezeptive Teilnahme an Politik am stärksten mit der Nutzung politischer Druckmedien, weniger stark mit der subjektiven Zuschreibung einer Bildungs- bzw. Politikfunktion für das Fernsehen und der tatsächlichen Nutzung politischer Inhalte verbunden ist. Das bedeutet, daß die "Unpolitischen", die normalerweise kaum Politik in den Massenmedien verfolgen, wenn sie in Wahlzeiten politische Sendungen im Fernsehen nutzen, diese Sendungen häufiger unter den Aspekten der Personalisierung und der Wahlentscheidung perzipieren. Regelmäßige Nutzer politischer Inhalte - v.a. in politischen Druckmedien, weniger im Fernsehen - perzipieren dagegen solche Fernsehsendungen eher nicht unter diesen Aspekten.
In der Nutzung politischer Inhalte "politischer Druckmedien" zeigt sich ein Unterschied gegenüber derjenigen des Fernsehens: Während die Nutzung politischer Druckmedien auf die Ablehnung apolitischer Einstellungen zurückgeführt werden kann, gilt das nicht für die Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens. Sie ist im Gegenteil sogar tendenziell positiv mit einer unpolitischen Haltung verbunden.
Eine dramatisierende Perzeption politischer Inhalte (d.h. hier speziell der Fernsehdiskussionen) ist direkt von einer schwach ausgeprägten alltäglichen Verfolgung politischer Vorgänge v.a. in der Tageszeitung, von einer dagegen stark

ausgeprägten Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens und einer stark ausgeprägten Einstellung, das Fernsehen könne bei der Wahl als Entscheidungshilfe fungieren, abhängig.

Diese Ergebnisse verstärken Vermutungen über die Existenz von Sinnsystemen politischen Kommunikationsverhaltens. Darauf verweist vor allem die kanonische Analyse, die eine starke Interdependenz politischer und kommunikativer Verhaltenssysteme aufzeigt. Wenn es solche Sinnsysteme gibt, dann muß es auch feststellbare Personengruppen geben, die sich solchen Sinnsystemen entsprechend verhalten.

Fragestellung: Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten Kommunikationsverhalten?

Das Ergebnis der Analyse hat gezeigt, daß es Publikumssegmente mit einem verschiedenen politischen Kommunikationsverhalten i.w.S. gibt. Diese Segmente weisen aber auch unterschiedliche Gebrauchswertansprüche an verschiedene Medien auf.
Dies gilt v.a. für die Nutzung spezifischer Druckmediengattungen zusammen mit der spezifischen Nutzung des Fernsehens:

- Nichtnutzung "politischer" Druckmedien und mittlere Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens bei starker Unterhaltungsorientierung gegenüber dem Fernsehen;
- mittlere Nutzung "politischer" Druckmedien zusammen mit hoher Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und hoher Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens;
- hohe Nutzung "politischer" Druckmedien zusammen mit niedriger Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien und niedriger Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens.

2.2 Situationszentrierter Aspekt: Analyse des kommunikativen und politischen Verhaltens von Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal hätten wählen können.

Die folgende Sekundäranalyse bezieht sich auf eine im Wintersemester 1976/77 - also nach der Bundestagswahl 1976 - durchgeführte Erhebung unter Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal hätten wählen können (also der Geburtsjahrgänge zwischen 1955 und 1958). (s.o. S.105 : Beschreibung der Erhebung).
Bei dieser Sekundäranalyse ist das politische Klima der Erhebungszeit - speziell auf Jugendliche bezogen - zu beachten. In der Zeit der 7. Legislaturperiode des Bundestages von 1972 bis 1976 entwickelte sich das Schlagwort der "Tendenzwende". Der Anspruch der sozialliberalen Regierung, gesellschaftliche Reformen zu verwirklichen, stieß auf wirtschaftliche Entwicklungstendenzen, die in einer langanhaltenden Wirtschaftskrise und in einer hohen Arbeitslosigkeit zum Ausdruck kamen. Damit wurde eine an Reformzielen orientierte Politik durch eine pragmatische, an Bestandserhaltung orientierte Politik abgelöst, was sich auch in einem Kanzlerwechsel ausgedrückt hat. (61) Während im Wahlkampf 1972 "Ostpolitik" das dominierende Thema war, spielt es 1976 kaum mehr eine Rolle. Dafür wurden Arbeitslosigkeit, Inflation und innere Sicherheit als wichtigste politische Themen empfunden (KALTEFLEITER 1976, S.18ff).
Die Krisenerscheinungen haben sich auch im politischen Bewußtsein der Bevölkerung ausgewirkt: 1974 waren im Vergleich zu 1969 signifikant höhere politische Entfremdungserscheinungen und Anomietendenzen festzustellen (ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S.122ff). Speziell für Jugendliche war ein Umschlag der früheren Aufbruchsstimmung (62) in Skeptizismus oder gar Pessimismus festzustellen: 1975 waren sowohl die über 60-Jährigen, als auch die unter 30-Jährigen

sehr stark der Meinung, in dreißig Jahren sei das Leben nicht mehr so lebenswert (INFRATEST 1975). Gerade unter den Jugendlichen entwickelte sich ein Mißtrauen gegen technologischen Fortschritt. Während früher "Zukunft" und "Jugend" sehr deutlich assoziiert wurden, Jugend zu einem propagierten Wert an sich gemacht wurde, sahen sich die Jugendlichen nun mit den Problemen der Jugendarbeitslosigkeit, strengerer Reglementierung in der Ausbildung und unsicherer Berufsaussichten konfrontiert. Unter Jugendlichen entwickelte sich angesichts der wirtschaftlichen Rezession - Stichworte sind hier "Lehrstellenmangel" oder z.B. "Lehrerschwemme" etc. - ein Gefühl, nicht mehr gebraucht zu werden. An dieser Stelle kann keine Analyse der Situation der Jugendlichen in dieser Zeit geleistet werden; diese Bemerkungen sollten nur die situative Komponente der Beschreibungskategorien "Staats- und Parteienverdrossenheit" einerseits und "Hinwendung zu einer neuen Innerlichkeit" andererseits abgeben. Das, was unter diesen Schlagworten subsumiert wird, stellt besonders in der hier betrachteten Altersgruppe ein Problem dar, wenn es stimmt, daß in dieser Altersgruppe die aktiven Bürgerrollen gelernt werden. (93)

2.2.1 Ausgangsbasis der Analyse

In der 1976 durchgeführten Erhebung zum Kommunikationsverhalten potentieller Erstwähler wurde insbesondere das Wählen bzw. Nichtwählen bei der Bundestagswahl 1976 als politisches Verhalten problematisiert. Insgesamt wurden folgende Variablen erhoben:

1. Mediennutzung (Frage 1 bis Frage 7 des Fragebogens; vergleiche den Fragebogen im Anhang)

1.1 Allgemeine Nutzung der Medien Tageszeitung (Frage 1)
Hörfunk (Frage 4)
Fernsehen (Frage 6)

1.2 Nutzung bestimmter Inhalte von Tageszeitung (Frage 3)
Hörfunk (Frage 5)
Fernsehen (Frage 7)

2. Einstellung zu Massenmedien (Frage 8)

2.1 Persönliche Bewertung kommunikationsrelevanter Absichten
2.2 Jeweils auf diese Absichten bezogene Bewertung des Gratifikationspotentials der Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen

3. Politische Einstellungen (Frage 9)

3.1 Skala "Unpolitische Haltung"
3.2 Skala "Politisches Engagement"
3.3 Skala "Politik als Störfaktor"

4. Poltische Meinung (Frage 10)

Parteipräferenzen (Parteivergleiche zwischen DKP, SPD, FDP, CDU, CSU, NPD)

5. Politisches Verhalten (Frage 11)

Wahlverhalten bei der Bundestagswahl 1976:
gewählt/nicht gewählt;
wenn gewählt: welche Partei (Erst- und Zweitstimme)
"gewählt/nicht gewählt" als Quotenkriterium

6. Soziodemografische Daten (Frage 12 bis Frage 16)

6.1 Alter zur Zeit der Bundestagswahl (Frage 12)
Quotenkriterium: potentielle Erstwähler
Jahrgänge im Bereich zwischen 18 und 22 Jahren einschl.
6.2 Geschlecht (Frage 13)
Quotenkriterium
6.3 Schulbildung (Frage 14
Quotenkriterium
6.4 Ausbildungsstand (Frage 15)
6.5 Berufstätigkeit (Frage 16)

In der Stichprobe befinden sich insgesamt 161 Jugendliche aus der gesamten Bundesrepublik, die erzielten Quoten der Stichprobe sind aus der Tabelle 16 ersichtlich.

TABELLE 16 : QUOTENKRITERIEN DER STICHPROBE JUGENDLICHER WÄHLER 1976

A. BILDUNG UND GESCHLECHT

	männlich		weiblich		Gesamt	
Hauptschule	29	34%	29	38%	58	36%
Mittlere Reife u.ä.	32	38%	22	29%	54	34%
Abitur ohne Studium	11	13%	1o	13%	21	13%
Abitur mit Studium	13	15%	15	2o%	28	17%
Gesamt	85	1oo%	76	1oo%	161	1oo%

B. GESCHLECHT UND WAHLVERHALTEN

	männlich		weiblich		Gesamt	
gewählt	47	55%	37	49%	84	52%
nicht gewählt	38	45%	39	51%	77	48%
Gesamt	85	1oo%	76	1oo%	161	1oo%

C. SCHULBILDUNG UND WAHLVERHALTEN

	gewählt		nicht gewählt		Gesamt	
Hauptschule	31	37%	27	35%	58	36%
Mittlere Reife u.ä.	3o	36%	24	31%	54	34%
Abitur ohne Studium	9	11%	12	16%	21	13%
Abitur mit Studium	14	17%	14	18%	28	17%
Gesamt	84	1oo%	77	1oo%	161	1oo%

2.2.2 Die Verhaltensdimensionen

A) Das Kommunikationsverhalten der Jugendlichen

Im Gegensatz zu der Untersuchung der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 wurde in der Erhebung des Medianutzungsverhaltens von Jugendlichen die inhaltliche Nutzung der tagesaktuellen Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen erfragt. Neben dieser inhaltlichen Zuwendung zu Massenmedien nimmt die Erhebung von Nutzungsprädispositionen nach dem Design des "uses-and-gratifications-Ansatzes" eine wesentliche Rolle zur Konzeptualisierung des Kommunikationsverhaltens ein. (64) Im folgenden soll das Kommunikationsverhalten der Befragten dargestellt und zugleich die Indexbildung erläutert werden.

Der Hörfunk ist in der Stichprobe das Medium, das die meisten Jugendlichen regelmäßig nutzen. Während die Tageszeitung zumindest auf der Ebene häufiger Nutzung gleichauf mit dem Hörfunk liegt, wird das Fernsehen von den Jugendlichen deutlich seltener genutzt. (Vgl. Tabelle 17) Dieses Nutzungsmuster unterscheidet sich erheblich von dem durchschnittlichen Medianutzungsmuster der Bevölkerung (vgl. INFRATEST, Massenkommunikation 1974: Reichweite von Fernsehen, Hörfunk und Tageszeitung an einem durchschnittlichen Werktag). Nur 5 % der Jugendlichen hören sich selten oder nie Musiksendungen im Hörfunk an, aber 80 % hören selten oder nie politische Informationssendungen des Hörfunks. Damit wird der Hörfunk eindrucksvoll als das Unterhaltungsmedium der Jugendlichen herausgestrichen (vgl. Tabelle 19). Musikshows im Fernsehen werden demgegenüber nur von 33 % der Befragten häufig oder regelmäßig gesehen. Die Nutzung politischer Nachrichten wird in der Stichprobe eindeutig in der Tageszeitung gesucht, die elektronischen Medien werden für politische Nachrichten anscheinend im Kontext der allgemeinen Nutzung behandelt: der Hörfunk erreicht dabei stärker als das Fernsehen die Jugendlichen mit politi-

TABELLE 17: NUTZUNG DER TAGESAKTUELLEN MEDIEN
IN DER STICHPROBE JUGENDLICHER WÄHLER 1976

Medianutzung	regelmäßig	häufig (öfters)	manchmal	nie
Tageszeitung lesen	41%	34%	23%	2%
Radio hören	51%	24%	22%	3%
Fernsehen	19%	36%	40%	5%

161 = 100% : Zeilenprozentuierung

TABELLE 18: NUTZUNG POLITISCHER INHALTE (REGELMÄBIG ODER HÄUFIG)
IN DEN TAGESAKTUELLEN MEDIEN
VERGLEICH ZWISCHEN BEVÖLKERUNGSDURCHSCHNITT UND DER
STICHPROBE VON JUGENDLICHEN

	TAGESZEITUNG		HÖRFUNK		FERNSEHEN	
	A	B	A	B	A	B
Polit. Nachrichten	65%	70%	67%	57%	88%	61%
Polit. Kommentare bzw. pol. Sendungen	46%	44%	25%	21%	41%	37%

Quelle: A: Bevölkerungsdurchschnitt: INFRATEST, Massenkommunikation 1974, Tabellenband

B: Jugendliche: eigene Berechnung (nicht repräsentativ) (WAHL'76)

TABELLE 19: NUTZUNG VON MEDIAINHALTEN IN DER STICHPROBE JUGENDLICHER WÄHLER 1976 (n=161)

	regelmäßig	häufig	selten	nie
A. POLITISCHE INHALTE				
Politische Nachrichten				
in Tageszeitung	24%	46%	22%	7%
im Hörfunk	23%	34%	34%	10%
im Fernsehen	15%	46%	31%	8%
Politische Kommentare etc.				
in Tageszeitung	13%	31%	43%	14%
im Hörfunk	1%	20%	60%	20%
im Fernsehen	7%	30%	49%	14%
B. UNTERHALTENDE INHALTE				
Sport				
in Tageszeitung	33%	15%	27%	26%
im Hörfunk	14%	12%	38%	37%
im Fernsehen	24%	18%	38%	20%
"Vermischtes" in Tztg.	15%	33%	42%	10%
Musik im Hörfunk	52%	43%	2%	3%
Gemischte Informations- und Unterhaltungssendungen im Hörfunk	12%	38%	37%	13%
Filme/Fernsehspiele im Fernsehen	21%	58%	19%	2%
Quiz, Musikshows usw. im Fernsehen	11%	22%	42%	25%
C. LOKALE/REGIONALE INHALTE				
in Tageszeitung	24%	39%	36%	1%
im Hörfunk	5%	20%	52%	23%
im Fernsehen	4%	24%	49%	24%

Jeweils Zeilenprozentuierung auf n=161

schen Nachrichten. Auch dieser Befund weicht von der durchschnittlichen Nutzung politischer Nachrichten ab (vgl. Tabelle 18). Die Nutzung politischer Kommentare bzw. politischer Informationssendungen entspricht allerdings wieder der allgemeinen - niedrigen - Nutzung im Bevölkerungsdurchschnitt. Die Nutzung politischer Kommentare bzw. politischer Informationssendungen verdeutlicht nochmals, daß eindeutig die Tageszeitung, weniger aber der Hörfunk und das Fernsehen, zur politischen Information genutzt wird. Im Bereich der politischen Informationssendungen fällt der Hörfunk als politisches Medium aus (80 % der Befragten nutzen selten oder nie politische Informationssendungen im Hörfunk). Das kann als Bestätigung dafür betrachtet werden, daß der Hörfunk nur nebenbei - zu den Musiksendungen - die Jugendlichen mit politischen Informationen erreicht. Die elektronischen Medien werden auch von ca. 75 % der Befragten selten oder nie für lokale/regionale Informationen genutzt (Tageszeitung: 37 %). Insgesamt läßt sich feststellen, daß Unterhaltung in den elektronischen Medien am häufigsten genutzt wird: 95 % der Befragten nutzen regelmäßig oder häufig Musik im Hörfunk und ca. 80 % nutzen regelmäßig oder häufig Filme oder Fernsehspiele im Fernsehen.

Aus den Angaben zur Nutzung bestimmter Inhalte in den drei tagesaktuellen Medien wurden Medianutzungsindizes gebildet, die die einzelnen, diskreten Merkmale zusammenfassen (vgl. die Beschreibung der Indexbildung im Anhang). Dabei werden einmal Inhaltskategorien in Bezug auf die Medien, zum anderen medienunabhängige Inhaltskategorien zusammengefaßt (z.B. Nutzung politischer Inhalte in Tageszeitung, in Hörfunk, in Fernsehen; Nutzung politischer Inhalte in allen drei Medien). Die so erhaltenen Indizes werden für die weiteren Analysen herangezogen. Bei der Zusammenfassung der diskre-

ten Nutzungsdaten zu einem kategorial bestimmten Nutzungsindex besteht natürlich das Problem, ob die Kategorisierung mit der Konsistenz im Antwortverhalten der Befragten zu vereinbaren ist. Vor allem dann, wenn in der Kategorisierung "Subdimensionen" zusammengefaßt werden (z.B. politische Nachrichten und politische Kommentare u.ä. oder Unterhaltung = Sport + sonstige Unterhaltung), sind Konsistenzüberprüfungen anhand von Reliabilitätstests angebracht. Deshalb wurden die Indizes für "Nutzung politischer Inhalte" und "Nutzung unterhaltender Inhalte" daraufhin überprüft, ob sie sich überhaupt derart zusammenfassen lassen.
Der Index für "allgemeine Nutzung politischer Inhalte" ist auch in der Zusammenfassung von Nachrichten- und "Kommentarform" politischer Informationen konsistent (vgl. Tabelle 20). Die Konsistenz des Index für "allgemeine Nutzung unterhaltender Inhalte" ist demgegenüber niedriger. "Sport" und "sonstige Unterhaltung" erweisen sich als Subdimensionen der Unterhaltung. Dies dürfte aber v.a. auf die geschlechtsspezifische Nutzung von "Sport" zurückzuführen sein: der Gesamtindex zeigt keine geschlechtsspezifischen Unterschiede, d.h. wenn Frauen weniger Sportinhalte nutzen, dann nutzen sie mehr sonstige Unterhaltung. Der Sinn dieses Index bleibt erhalten, obwohl davon ausgegangen werden muß, daß er in sich nicht konsistent ist. Unterhaltende Wortsendungen im Hörfunk (Hörspiele) fallen aus dem Unterhaltungsmuster heraus. Im Index für "allgemeine Nutzung unterhaltender Inhalte" werden also zwei "Subdimensionen unterhaltender Inhalte" äquivalent gesetzt und damit geschlechtsspezifische Unterhaltungsorientierungen ausgeglichen. Anzumerken ist noch, daß in dieser medienunabhängigen Betrachtung der Nutzung von Inhaltsklassen, die Konsistenz der klassifizierten Inhalte tatsächlich medienunabhängig ist.

TABELLE 20: ÜBERPRÜFUNG DER RELIABILITÄT DER INDIZES FÜR DIE NUTZUNG MASSENMEDIALER INHALTE
Innere Konsistenz

Allgemeine Nutzung politischer Inhalte

	korrigierte Item-Gesamt Korrelation
Politische Nachrichten:Tageszeitung	.724
Politische Kommentare:Tageszeitung	.593
Politische Nachrichten:Hörfunk	.629
Sonstige politische Informationssendungen:Hörfunk	.609
Politische Nachrichten Fernsehen	.673
Sonstige politische Informationssendungen: Fernsehen	.645

Reliabilität: Cronbach Alpha = .855

Split-Half-Modell: Nachrichten vs. Kommentare bzw. sonstige politische Informationssendungen

Korrelation zwischen Kommentarform und Nachrichtenform: .746

Spearman-Brown(gleiche Längen)=.854

Cronbach Alpha für Nachrichten = .784

Cronbach Alpha für Kommentare = .705

Allgemeine Nutzung unterhaltender Inhalte

	korrigierte Item-Gesamt Korrelation
Sport:Tageszeitung	.490
Sport:Hörfunk	.611
Sport:Fernsehen	.549
Vermischtes: Tageszeitung	.299
Gemischte Informations-u.Unterhaltungssendungen: Hörfunk	.185
Musik:Hörfunk	.251
Unterhaltende Wortsendungen:Hörfunk	.099
Filme/Fernsehspiele:Fernsehen	.338
Unterhaltungssendungen(Quiz usw.):Fernsehen	.312

Split-Half-Modell:Sport vs. sonstige Unterhaltung

Cronbach Alpha für Sport =.897

Cronbach Alpha für sonstige unterhaltende Inhalte =.670

Spearman-Brown (versch.Länge) = .269

Korrelation zwischen Sport und sonstiger Unterhaltung: .147

Reliabilität: Cronbach Alpha = .675

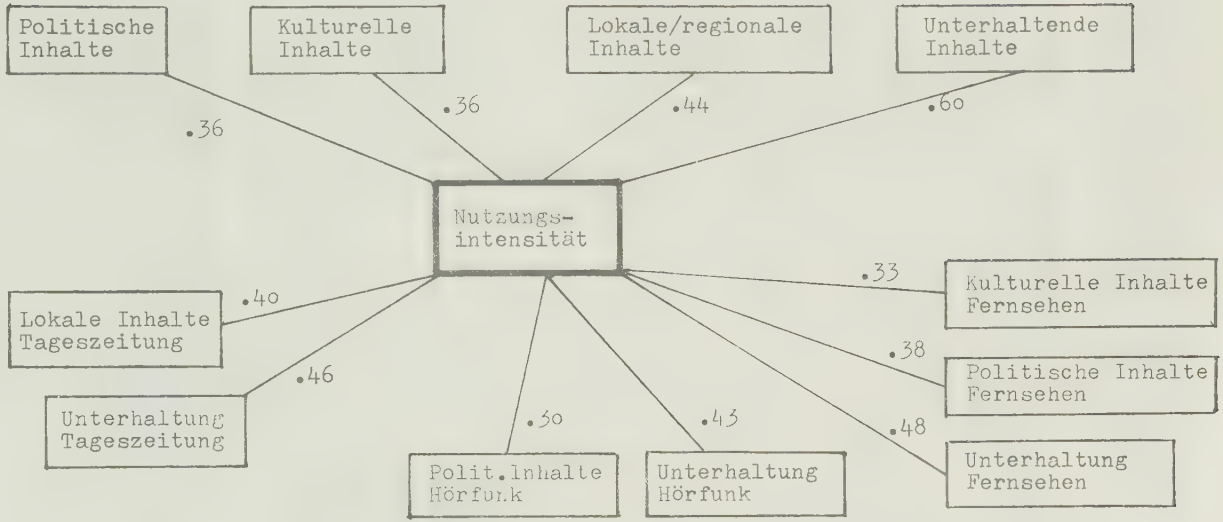
Intensität der Nutzung der tagesaktuellen Medien und die Nutzung bestimmter Inhalte

Unter "Nutzungsintensität" wird das Ausmaß verstanden, in dem sich die Befragten allen drei tagesaktuellen Medien zuwenden. Im Durchschnitt werden zwei Medien regelmäßig genutzt. Es ist nun von Interesse, ob eine intensive Nutzung der Medien mit der Nutzung bestimmter Inhalte korreliert. Dazu werden im folgenden diejenigen partiellen, nach Bildung und Geschlecht kontrollierten, Korrelationen betrachtet, die einen größeren Korrelationskoeffizienten als .30 haben. (Vgl. Grafik 18)

Es zeigt sich, daß die Nutzung unterhaltender Inhalte am stärksten und die Nutzung politischer Inhalte am wenigsten mit der Nutzungsintensität korreliert. Die Nutzung politischer Inhalte scheint so am stärksten einer selektiven Zuwendung (selective exposure) zu folgen, während eine stärkere Zuwendung zu den Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen eher funktional mit einer stärkeren Nutzung von unterhaltenden Inhalten verbunden ist. Eine stärkere Nutzungsintensität hängt vor allem mit einer stärkeren Nutzung des Fernsehens zusammen. Während die Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung nicht signifikant mit der Nutzungsintensität korreliert (r_{12} = .139), zeigen sich signifikante Zusammenhänge mit der Nutzung politischer Inhalte sowohl im Hörfunk (r_{12} = .30) als auch im Fernsehen (r_{12} = .38).

Mit zunehmender Nutzungsintensität nimmt aber die Nutzung unterhaltender Inhalte in allen drei tagesaktuellen Medien am stärksten zu (Hörfunk: .43; Tageszeitung: .46; Fernsehen: .48). Die These, stärkere Medianutzer würden stärker von politischen Inhalten erreicht, scheint überprüfungsbedürftig: in welchen Proportionen stehen politische Informationen und unterhaltende Informationen in ihrem jeweiligen Zuwachs bei stärkerer Mediennutzung? Bei den

GRAFIK (18) : KORRELATIVE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN NUTZUNGSINTENSITÄT UND DER NUTZUNG BESTIMMTER INHALTE DER TAGESAKTUELLEN MEDIEN



befragten Jugendlichen bedeutet eine intensivere Nutzung der tagesaktuellen Medien v.a. eine intensivere Nutzung des Fernsehens und eine intensivere Nutzung von Unterhaltung.

Die Nutzung massenmedialer Inhalte zeigt bei der Betrachtung der Interkorrelationen ausgeprägte Selektionsstrukturen. (Tabelle 21) Unabhängig von Schulbildung und Geschlecht weisen diejenigen, die sich in sehr starkem Ausmaß den politischen Inhalten der Tageszeitung zuwenden, die stärkste Selektivität in der Zuwendung zu den Medien auf: sie nutzen ebenfalls in Hörfunk und Fernsehen politische Inhalte, in der Tageszeitung und im Hörfunk auch kulturell-wirtschaftliche Inhalte. Eine starke Nutzung des lokalen/regionalen Informationsangebots der Tageszeitung korreliert dagegen sehr stark mit einer hohen Zuwendung zum Fernsehen. Wer aber in der Tageszeitung sehr stark unterhaltende Inhalte nutzt, der nutzt auch Unterhaltung im Hörfunk und im Fernsehen lokale/regionale und unterhaltende Inhalte.

Auffällig ist auch, daß nur im Zusammenhang mit "unterhaltenden Inhalten des Fernsehens" negative Korrelationen auftreten, und zwar mit der Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung und des Hörfunks. Das bedeutet, daß das Inhaltsangebot der tagesaktuellen Medien insgesamt nicht als sich ausschließende Alternativen begriffen wird, daß aber eine starke Nutzung unterhaltender Inhalte des Fernsehens deutlich mit einer negativen Selektion politischer Inhalte der Tageszeitung und des Hörfunks verbunden ist.

Die Selektivität der Jugendlichen in der Medianutzung besteht insgesamt also eher in einer graduellen Zuwendung, kaum im Wechsel von Zuwendung und Ablehnung. Ob dies aber generell gilt, soll später genauer betrachtet werden.

TABELLE 21 : INTERKORRELATIONEN DER NUTZUNG MASSENMEDIALER INHALTE.
NACH BILDUNG UND GESCHLECHT AUSPARTIALISIERTE KORRELATIONEN

	TZPOL	TZKULT	TZLOK	TZUNT	HFPOL	HFKULT	HFLOK	HFUNT	FSPOL	FSKULT	FSLOK	FSUNT
TZPOL	-	.43	.23	.10	.32	.24	.04	.05	.45	.12	.10	-.11
TZKULT	-	-	.33	.15	.26	.43	.21	.14	.30	.26	.27	.06
TZLOK	-	-	-	.21	.11	.13	.22	.12	.30	.34	.32	.33
TZUNT	-	-	-	-	.02	.06	.08	.40	.11	.04	.30	.49
HFPOL	-	-	-	-	-	.57	.48	.45	.30	.15	.16	-.19
HFKULT	-	-	-	-	-	-	.36	.44	.18	.24	.16	-.07
HFLOK	-	-	-	-	-	-	-	.42	.14	.24	.30	.01
HFUNT	-	-	-	-	-	-	-	-	.02	.10	.26	.21
FSPOL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50	.44	.39
FSKULT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.29	.40
FSLOK	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50

Freiheitsgrade: 157 Signifikanzschranken für p = .05 : .16
p = .01 : .204
p = .001 : .259

Abkürzungen: zusammengesetzt aus Medium+Inhalt

TZ: Tageszeitung
HF: Hörfunk
FS: Fernsehen

POL Politische Inhalte
KULT Kulturelle/wirtschaftliche Inhalte
LOK Lokale/regionale Inhalte
UNT unterhaltende Inhalte

Einstellungen zu Massenmedien

In der Dimension der Einstellungen zu Massenmedien werden zwei verschiedene Ebenen verknüpft:

a) die Bewertung kommunikationsrelevanter Absichten
b) die Bewertung von jeweils Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen, bezogen auf diese Absichten.

Die entsprechende Frage lautet hier: "Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten ABSICHTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN, RADIO-HÖREN und FERNSEHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen." (Vgl. Frage 8; es folgt eine Liste von Absichten, in denen Zweckaussagen über öffentlich-politische und private Angelegenheiten gemischt sind.)

Die erste Ebene der persönlichen Bewertung "kommunikationsrelevanter Absichtsstatements" gibt Aufschluß über mögliche Motivlagen der Nutzung von Massenmedien. Sie zeigt, was jeweils als relevant gilt, und was nicht. Insofern gehört diese Ebene nicht zu den eigentlichen Einstellungen gegenüber Massenmedien, sondern eher zu "allgemeinen Einstellungen", deren Objektbezug im Verhältnis von "Ich" und "Umwelt" zu sehen ist. Diese Dimension soll aber hier zusammen mit der Bewertung der Medien - genauer des Gratifikationspotentials der Medien - beschrieben werden, weil die Dimension der Einstellungen gegenüber Massenmedien in der Erhebung direkt auf die allgemeine Motivlage bezogen ist. Die Statements zu möglichen kommunikationsrelevanten Absichten sind aus einer INFRATEST-Untersuchung entnommen (INFRATEST 1975). Das Instrument zur Erhebung der Einstellungen gegenüber Massenmedien versucht die Relation zwischen allgemeinen Motivlagen und dem Gebrauchswert der Medien zu ermitteln. Daraus folgt für die Einstellung gegenüber Massenmedien eine (im Gegensatz zu sonstigen vergleichbaren Instrumenten) kompliziertere semantische Struktur. Die Dimensionen der erlebten Mediengratifikation kann sich nämlich einmal primär auf die Absichten beziehen (z.B.: zur Absicht X bzw.

zum Zweck X tragen die Medien in unterschiedlicher Weise bei), oder sie können sich primär auf die Medien selbst beziehen (z.B.: das Medium X hat die Gebrauchswertigkeit bzw. das Gratifikationspotential Y).
Die Einstellungsdimensionen werden als induktive Indizes gewonnen: sie werden über Faktorenanalysen dimensioniert.

Indizes für allgemeine Einstellungen (Motivlagen)

Die Liste der persönlichen Bewertung von Absichten kontrastiert zwei Faktoren aus der Untersuchung von INFRATEST, die dort als Faktoren der "Öffentlichen Teilhabe am Weltgeschehen" und des "Persönlichen Wohlergehens" bezeichnet wurden (vgl. INFRATEST 1975, Band 4). Weil es nicht erwiesen ist, daß faktorenanalytische Ergebnisse stabil sind, muß die a priori vorgenommene Zuweisung von Aussagen in der hier vorliegenden Stichprobe erneut überprüft werden. Auch wenn diese Überprüfung die theoretischen Faktoren reproduziert, ist eine weitere Überlegung zur inneren Konsistenz der Faktoren in der vorliegenden Stichprobe notwendig, da das Gewicht der Einzelaussagen innerhalb der Faktoren (d.h. die Faktorladung) ebenfalls variiert. Will man die Indizes für die allgemeinen Einstellungen (die hier nach ihrer Konstruktuion auch unter den INFRATEST-Bezeichnungen "Öffentliche Teilhabe am Weltgeschehen" und "Persönliches Wohlergehen" begriffen werden könnten) nicht aus einer ungewichteten Kumulation der entsprechenden Einzelaussagen sondern aus dem Erleben der Befragten, das diese Aussagen gewichtet, bilden, dann ist eine Faktorenanalyse notwendig. Insbesondere ist zu beachten, daß die vorliegende Stichprobe (Jugendliche) Relevanzverschiebungen gegenüber einer für die Gesamtbevölkerung repräsentativen Stichprobe aufweisen kann.

Die auf die persönliche Bewertung der Absichtsstatements angewandte Hauptachsenanalyse mit Iterationen und und anschließender Varimax-Rotation zur Einfachstruktur reproduzierte die zwei theoretischen Input-Faktoren. Die Ge-

wichtung der Statements innerhalb dieser Faktoren war jedoch leicht verschoben. Diese zwei Faktoren können als Einstellungsdimensionen interpretiert werden. Der Faktor 1 bündelt die politischen Informationsabsichten der Befragten, während der Faktor 2 die auf Privatheit gerichteten Absichten zusammenfaßt. Die zwei Faktoren können als Repräsentation der Einstellungsdimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" begriffen werden. (vgl. Tabelle 21 a und Grafik 19)
Die Faktorenanalyse liefert aber nur Aussagen über die innere Konsistenz der Statements, d.h. der Variablen, die nach dem Kriterium ihrer gegenseitigen Varianzaufklärung betrachtet werden. Die Faktorenanalyse liefert keine Aussagen über die Bewertung dieser Statements durch die Befragten.(Es kann z.B. vorkommen, daß der erste Faktor - der die höchsten Varianzanteile besitzt - aufgrund eindeutiger Ablehnung der Statements dieses Faktors in der Stichprobe zustande kommt.) Die Bewertung des Faktors durch die Befragten kommt erst wieder in den Faktorenwerten zum Ausdruck. Für die Einstellungsdimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" wird hier der jeweilige Faktorenwert (pro Person und Faktor) als Index verwendet.

Bezieht man die Bewertung der Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen auf die beiden hier erhaltenen Grunddimensionen kommunikationsrelevanter Absichten (vgl. Tabelle 21a:"Mediengratifikation"), so zeigt sich,

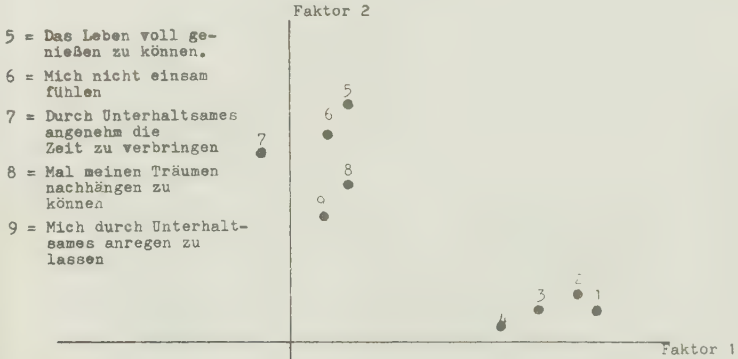
- daß die tagesaktuellen Medien einen höheren Gebrauchswert für die Dimension der "öffentlichen Teilhabe" als für "Privatheit" zugesprochen bekommen;
- daß aber die einzelnen Medien dabei nach ihrer jeweiligen Wichtigkeit differenziert werden:
  Der Hörfunk wird von den befragten Jugendlichen deutlich weniger als die Tageszeitung, auch als Fernsehen, in der Eigenschaft als Informationsmedium begriffen

GRAFIK **19** :

Faktorenanalyse der kommunikationsrelevanten Absichten

Grafische Darstellung der Faktoren

Faktor 1: "Politische Informationsabsichten"
Faktor 2: "Absichten der Privatheit"



1 = Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt. und:
Über polit.Vorgänge in der Bundesrepublik und in der Welt immer auf dem laufenden sein.

2 = Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwicklung führt.

3 = Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können.

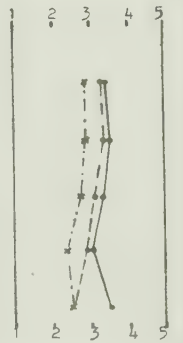
4 = Über polit.Vorgänge in meinem Wohnort,meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein.

TABELLE **21a**
Faktoren kommunikationsrelevanter Absichten und darauf bezogene mediale Gratifikationspotentiale(Tageszeitung,Radio,Fernsehen)

Faktor 1: "Politische Informationsabsichten"

Absicht	FL	$\bar{x}$
Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt	.783	3.89
Über politische Vorgänge in der Bundesrepublik und der Welt immer auf dem laufenden zu sein	.780	3.89
Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwicklung führt	.737	3.37
Meine eigene Meinung über polit. Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können	.633	3.34
Über polit.Vorgänge in meinem Wohnort,meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein	.533	3.21

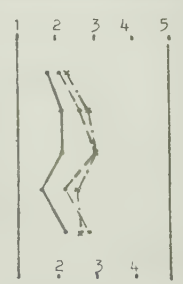
Mediengratifikation



Faktor 2: "Absichten der Privatheit"

Absicht	FL	$\bar{x}$
Das Leben voll genießen zu können	.730	4.07
Mich nicht einsam zu fühlen	.634	3.75
Durch Unterhaltsames angenehm die Zeit zu verbringen	.565	3.41
Mal meinen Träumen nachhängen zu können	.485	3.37
Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen	.392	3.28

Mediengratifikation



FL: Faktorladung der rotierten Faktoren

$\bar{x}$: Mittelwert für die persönliche Bewertung der Absichten, wobei 1=überhaupt nicht wichtig; 5=sehr wichtig

Mediengratifikation: Mittelwerte für Tageszeitung (►——►), Radio (►- - -►) und Fernsehen (►···►)

und weist - zusammen mit dem Fernsehen - im Vergleich zur Tageszeitung - eine deutlich höhere Gebrauchswertigkeit für "Privatheit" auf.

Das allgemeine Image dieser Medien folgt unter den befragten Jugendlichen eindeutigen Zuweisungen: die Tageszeitung hat ein primär öffentlich-politisches, der Hörfunk ein primär privat-unterhaltendes Image; das Fernsehen nimmt dagegen eine Art Zwitterstellung ein. Der relative Gebrauchswert des Fernsehens wird sowohl unter Informations- als auch unter Unterhaltungsaspekten gesehen.

Indizes für die Einstellungen gegenüber Massenmedien

Einstellungen gegenüber Massenmedien, das heißt Zuschreibung von Gebrauchswerten an Massenmedien: ausschnitthaft wird vor allem nach der Zuschreibung von Gebrauchswerten bzw. medialer Gratifikationspotentiale in den Bereichen der "Öffentlichen Teilhabe" und der "Privatheit" gefragt. Die Indizes für Einstellungen gegenüber Massenmedien (genauer: gegenüber den erfragten Massenmedien) werden nach der gleichen Logik gebildet wie die Indizes für allgemeine Einstellungen der "Öffentlichen Teilhabe" und "Privatheit": die auf die Absichten bezogenen Bewertungen der Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen werden Faktorenanalysen unterzogen, die die Einstellungsdimensionen liefern, während die daraus berechneten Faktorenwerte die eigentlichen Indizes für Einstellungen gegenüber Massenmedien ergeben. (Vgl. die Argumentation zur Bildung der Indizes für die allgemeinen Einstellungen.) Zum Vorgehen ist zu bemerken, daß die Mediengratifikationen für die Absichten der Dimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" getrennt in zwei Faktorenanalysen eingingen.
Zu den Absichten der Dimension "Öffentliche Teilhabe" (bzw. politische Informationsabsichten) ergaben sich in der Faktorenanalyse fünf Dimensionen für die Bewertung

von Massenmedien (vgl. Tabelle 21b):

1. "Tageszeitung als politisches Medium"
2. "Hörfunk als politisches Medium"
3. "Fernsehen als politisches Medium"
4. "Lokale politische Vorgänge und elektronische Medien"
5. "Politischer Meinungsvergleich und Massenmedien"

Das bedeutet, daß der größte Teil der Bewertung von Mediengratifikationen von den Befragten als medienspezifische Qualität erlebt wird. Diese Gleichförmigkeit medienspezifischer Differenzierungen reicht aber anscheinend nicht vollkommen zur Varianzaufklärung der erlebten Mediengratifikationen in diesem Bereich aus: das Gratifikationspotential der elektronischen Medien (Hörfunk und Fernsehen) für Informationsabsichten über lokale politische Vorgänge, aber auch das Gratifikationspotential aller erfragten Medien (Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen) für einen "politischen Meinungsvergleich" wird nicht mehr eindeutig als rein medienspezifische Qualität erlebt.
Auch im Bereich der auf Privatheit bezogenen Absichten ergab die Faktorenanalyse fünf Faktoren für das Erleben der Gebrauchswertigkeit der Medien. Allerdings zeigt sich, daß die erfragten Medien - im Gegensatz zum Bereich der öffentlichen Teilhabe - nicht mehr so eindeutig nach einer zugeschriebenen und differenzierten Medienqualität erlebt werden.
Als Dimensionen der Mediengratifikation im Privatbereich wurden folgende Faktoren ermittelt:

1. "Fernsehen als Medium der Privatheit"
2. "Lebensgenuß und Massenmedien"
3. "Hörfunk als Medium der Privatheit"
4. "Einsamkeit und Massenmedien"
5. "Tageszeitung als Medium der Privatheit"

(Vgl. Tabelle 21c)

TABELLE 21b: FAKTORENANALYSE DER MEDIENGRATIFIKATIONEN IM POLITISCHEN BEREICH

Faktor 1: Tageszeitung als politisches Medium

Tageszeitungslesen hilft:	Faktorladung
Über politische Vorgänge in der Bundesrepublik und der Welt immer auf dem laufenden zu sein	.810
Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt	.721
Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwicklung führt	.690
Über politische Vorgänge in meinem Wohnort, meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein	.625
Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können	.600

Faktor 2: Hörfunk als politisches Medium

Radiohören hilft:	Faktorladung
Über politische Vorgänge in der Bundesrepublik und der Welt immer auf dem laufenden zu sein	.803
Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt	.739
Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwicklung führt	.621
Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können	.511
Über politische Vorgänge in meinem Wohnort, meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein	.300

Faktor 3: Fernsehen als politisches Medium

Fernsehen hilft:	Faktorladung
Über politische Vorgänge in der Bundesrepublik und der Welt immer auf dem laufenden zu sein	.758
Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwichlung führt	.671
Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt	.662
Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können	.492
Über politische Vorgänge in meinem Wohnort, in meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein	.359

Faktor 4: Lokale politische Vorgänge und elektronische Medien

Über politische Vorgänge in meinem Wohnort, meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein

hilft:	Faktorladung
Radiohören	.944
Fernsehen	.614

Faktor 5: Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation

Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können

dazu hilft:	Faktorladung
Fernsehen	.680
Radiohören	.632
Tageszeitung lesen	.561

TABELLE 21c: FAKTORENANALYSE DER MEDIENGRATIFIKATION IM PRIVATEN BEREICH

Faktor 1: Fernsehen als privates Medium

Fernsehen hilft ...	Faktorladung
Mal meinen Träumen nachhängen können	.715
Durch Unterhaltsames angenehm die Zeit zu verbringen	.705
Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen	.628
Das Leben voll genießen zu können	.559
Mich nicht einsam zu fühlen	.533

Faktor 2: Lebensgenuß und Medien

Das Leben voll genießen zu können, dazu hilft ...	Faktorladung
Tageszeitung lesen	.733
Radiohören	.581
Fernsehen	.619
Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen, dazu hilft ...	Faktorladung
Tageszeitung lesen	.491
Radiohören	.361
Fernsehen	.243

Faktor 3: Hörfunk als privates Medium

Radiohören hilft ...	Faktorladung
Durch Unterhaltsames angenehm die Zeit zu verbringen	.914
Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen	.511
Das Leben voll genießen zu können	.468
Mal meinen Träumen nachhängen zu können	.374
Mich nicht einsam zu fühlen	.314

Faktor 4: Einsamkeit und Medien

Mich nicht einsam zu fühlen dazu hilft ...	Faktorladung
Radiohören	.910
Fernsehen	.635
Tageszeitung lesen	.563

Faktor 5: Tageszeitung als privates Medium

Tageszeitung lesen hilft ...	Faktorladung
Mal meinen Träumen nachhängen zu können	.866
Durch Unterhaltsames angenehm die Zeit zu verbringen	.418
Das Leben voll genießen zu können	.408
Mich nicht einsam zu fühlen	.399
Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen	.326

Zur Interpretation und zur Bezeichnung der Faktoren bzw. Einstellungsdimensionen sind einige Bemerkungen notwendig. Faktorenbezeichnungen sind artifizielle Bezeichnungen, also nicht zwingend; sie sind interpretative Umschreibungen dessen, was sich aus der (durch die Faktorenladung signalisierten) inneren Konsistenz der Faktoren - also der Stellung der Statements in den Faktoren - ablesen läßt. Die in dieser Untersuchung angestrebte Ausrichtung der Statements auf Politik und Unterhaltung könnte auch an dieser Stelle zur Bezeichnung der Faktoren herangezogen werden. Die Differenzierungen in den Reaktionsmustern auf die vorgegebenen Statements lassen mich aber eher die Trennung von "öffentlichen" und "privaten" Anliegen hervorheben. In dieser Interpretation spielt es für mich eine wesentliche Rolle, daß die unterstellten Implikationen von Unterhaltungsorientierung und Eskapismus erst vor dem Hintergrund des jeweiligen subjektiven Erlebens der Befragten relevant werden. Im Sinne der hier verwendeten Indizes: erst wenn die Bewertung der Dimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" durch die Befragten extrem konträr ausfällt, macht es einen Sinn, das Gratifikationspotential der Medien unter solchen Aspekten wie "Eskapismus" zu betrachten. Es sei daran erinnert, daß die mathematisch-formale Logik der Faktorenanalyse Dimensionen eindeutig trennt, also unabhängig "macht" (Orthogonalität der Faktoren), daß dies aber nicht die empirische Wirklichkeit ist, wie sich an den Faktorenwerten zeigt, die dann wieder miteinander korrelieren können.

Resümee zum Kommunikationsverhalten der befragten Jugendlichen

- Das von den Jugendlichen am stärksten genutzte Medium ist der Hörfunk, wobei die Nutzung von Musiksendungen dominiert. Weniger regelmäßig wird die Tageszeitung genutzt und die Fernsehnutzung spielt schließlich in der Medienzuwendung der Jugendlichen die geringste Rolle.

- Die im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt niedrige Nutzung des Fernsehens schlägt sich auch in einer deutlich geringeren Nutzung der Fernsehnachrichten bei Jugendlichen nieder. In der Nutzung politischer Informationssendungen des Fernsehens ist die Differenz zwischen den Jugendlichen und dem Bevölkerungsdurchschnitt allerdings weniger stark.
- Politische Nachrichten erreichen die Jugendlichen v.a. durch die Tageszeitung und durch den Hörfunk. Politische Hintergrundinformationen werden demgegenüber vorwiegend durch die Tageszeitung, dann durch das Fernsehen, weniger durch den Hörfunk rezipiert.
- Die Nutzung der tagesaktuellen Medien stimmt mit der Bewertung dieser Medien im Bereich öffentlich-politischer Informationsabsichten überein: für öffentlich-politische Informationsabsichten rangiert die Tageszeitung, gefolgt vom Fernsehen, in der Einschätzung des entsprechenden Gebrauchswertes vor dem Hörfunk. Lediglich zu lokalen/regionalen Vorgängen werden Hörfunk und Fernsehen gleichermaßen für weniger "wertvoll" als die Tageszeitung eingeschätzt.
- Obwohl im Nutzungsverhalten der Jugendlichen die Nutzung von Unterhaltung in den elektronischen Medien - Musik im Hörfunk, Filme im Fernsehen - dominiert, wird das Gratifikationspotential aller tagesaktuellen Medien im Bereich der "privaten", unterhaltungsorientierten Kommunikationsabsichten gering veranschlagt.
- Eine intensivere Nutzung aller drei tagesaktuellen Medien bedeutet bei den befragten Jugendlichen v.a. eine intensivere Nutzung von unterhaltenden Inhalten, speziell eine intensivere Nutzung des Fernsehens. Bei einer intensiveren Medianutzung ist keine stärkere Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung festzustellen.

- Im Bereich der "öffentlichen Teilhabe" sind die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber Massenmedien eindeutig nach "medialen Qualitäten" ausdifferenziert. Im Bereich der "Privatheit" tauchen solche Mediaimages weniger deutlich auf, hier treten einzelne Motive stärker in den Vordergrund. Die Motive "Das Leben voll genießen zu können" und "Mich nicht einsam fühlen" sind den Jugendlichen wichtig, mit massenmedialen Angebotsstrukturen in ihren Augen aber nicht in Einklang zu bringen. Die eindeutig medial fixierten Gratifikationsmöglichkeiten im Bereich öffentlich-politischer Motivationen verweist auf kulturell vorgeprägte Mediaimages. In den "privaten" Motivlagen treten derart kompakte Mediaimages jedenfalls nicht so deutlich hervor.

B) Das politische Verhalten der Jugendlichen

Das in dieser Untersuchung erhobene politische Verhalten im engeren Sinn, nämlich das Wahlverhalten, ist über Quotenvorgaben konstant gehalten (vgl. oben Tabelle 16). Deshalb wird im folgenden politisches Verhalten im weiteren Sinn, nämlich politische Einstellungen und Meinungen, beschrieben.

Politische Einstellungen

Wie oben, in der Untersuchung der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972, wurden auch in dieser Untersuchung die von FISCHER/LIPPERT/ZOLL entwickelten Skalen zur politischen Einstellung eingesetzt. (66)
Die hier eingesetzten Skalen wurden jedoch 1969 entwickelt - also zu einer Zeit mit einem im Vergleich zum Wahljahr 1976 unterschiedlichen Klima - und an einer anderen Population - erwachsene Bevölkerung der Bundesrepublik - geeicht. Was also für die Homogenität und die Bewertung die-

ser Skalen 1969 für die Bevölkerung (als Population) galt, braucht im Wahljahr 1976 für jugendliche Erstwähler durchaus nicht zu gelten. Daher ist es hier angebracht, die Skalen erneut unter dem Aspekt der zeitlichen Entwicklung und der Veränderung der Population zu überprüfen. Die unter den politischen Einstellungen als zentral eingestufte Einstellung der "politischer Entfremdung" (LIPPERT/WAKENHUT 1978) wurde nicht erhoben.

Zur Überprüfung der zeitlichen und populationsindifferenten Stabilität der Skalen zur politischen Einstellung wurde die Statementbatterie, in der die Statements zu "Unpolitische Haltung", "Politisches Engagement" und "Politik als Störfaktor" gemischt waren, einer Faktorenanalyse unterzogen. Wenn die Skalen zur politischen Einstellung stabil geblieben sind, dann sind drei signifikante Faktoren für je eine Dimension der politischen Einstellung zu erwarten. (67)

Nach dem als Schätzkriterium verwandten SCREE-Test erweisen sich aber insgesamt acht Faktoren als bedeutsame politische Einstellungsdimensionen, d.h. neben den drei Faktoren, die die ursprünglichen Einstellungsdimensionen repräsentieren, ergeben sich fünf weitere gemeinsame Faktoren. Hier soll nicht auf die Interpretation dieser weiteren Mischdimensionen eingegangen werden, das Hauptaugenmerk soll vielmehr darauf liegen, daß in der vorliegenden Stichprobe die Skalen zur politischen Einstellung durch eine Faktorenanalyse nicht mehr eindeutig reproduziert werden konnten. Die niedrigen Kommunalitäten der Items "Eine Demokratie verlangt vom Staatsbürger vor allem erst einmal Disziplin" (h_j = .166), "Wir sollten uns mehr politisch beteiligen, dann können wir die Arbeit der Regierung besser kontrollieren" (h_j = .260), "Wer sich über die politischen Parteien beklagt, sollte Mitglied einer Partei werden, um die Partei zu ändern" (h_j = .260) und "Die Führung der Regierung sollte einem

TABELLE 22: ÜBERPRÜFUNG DER RELIABILITÄT DER SKALEN ZUR POLITISCHEN EINSTELLUNG
Inter-Item-Korrelationen und CRONBACHs ALPHA

Item	korrigierte Item-Gesamt Korrelation	
Unpolitische Haltung		
Wenn jeder gleich auf die Straße geht, weil ihm etwas nicht paßt, dann haben wir bald ein Chaos.	.467	
Die Führung der Regierung sollte einem Mann anvertraut werden, der über dem Parteiengezänk steht.	.156	*
Wer dauernd durch Demonstationen zeigt, daß ihm etwas nicht paßt, sollte doch lieber gleich unseren Staat verlassen.	.462	
Wer dauernd Kritik übt, soll erst einmal vor der eigenen Haustür kehren.	.515	
Eine Demokratie verlangt vom Staatsbürger vor allem erst einmal Disziplin.	.212	*
Die ganzen politischen Krawalle zeigen, daß es vielen einfach zu gut geht.	.532	
Demokratie heißt vor allem erst einmal Ruhe und Ordnung.	.405	
Es ist ein Hauptübel in unserem Volk, daß soviel kritisiert wird.	.434	
Reliabilität: Cronbach-Alpha = .692		
Politik als Störfaktor		
Die politischen Parteien sind oft im Wege, wenn wichtige Probleme gelöst werden müssen.	.346	
Leider bringen die politischen Parteien meist nur Unruhe in die Bevölkerung.	.514	
Unsere Wirtschaft würde besser funktionieren, wenn die Politiker sich nicht dauernd einmischen würden.	.467	
Der Einfluß der Politik verhindert viele gutgemeinte Versuche, bedeutende Probleme unseres Gemeinwesens zu lösen.	.408	
Es würde sich alles viel leichter regeln lassen ohne den Einfluß von Politik.	.402	
Durch die Politik werden viele Probleme erst unnötig kompliziert.	.526	
Die politischen Auseinandersetzungen in unserem Volke verhindern oft eine sinnvolle Arbeit der Regierung.	.355	
Der Einfluß der Politik stört nicht selten den vernünftigen Ablauf der Dinge.	.510	
Reliabilität: Cronbach-Alpha = .741		
Politisches Engagement		
Jeder sollte einer politischen Partei oder einem Interessenverband angehören.	.205	*
Wir sollten die Chance nutzen, uns politisch zu betätigen.	.447	
Niemand kann bestreiten, daß Interessenverbände für unsere Demokratie lebenswichtig sind.	.186	*
Wer sich über die politischen Parteien beklagt, sollte Mitglied einer Partei werden, um die Partei zu ändern.	.025	**
In der Bundesrepublik sind nicht zuviel, sondern zu wenig Leute politisch aktiv.	.290	
Wir müssen uns stärker politisch betätigen, damit wir die politischen Entscheidungen beeinflussen können.	.505	
Von unserem politischen Interesse hängt es ab, ob wir eine vernünftige Regierung haben oder nicht.	.249	
Wir sollten uns mehr politisch beteiligen, dann können wir die Arbeit der Regierung besser kontrollieren.	.305	
Reliabilität: Cronbach-Alpha = .555		

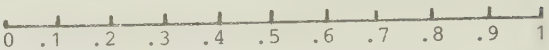
* = zur Skale inkonsistentes Item

Mann anvertraut werden, der über dem Parteiengezänk steht" (h_j = .270) zeigen, daß vor allem diese vier Items in der vorliegenden Stichprobe nicht erwartungsgemäß arbeiten. (68) Die faktorenanalytische Überprüfung der eingesetzten Skalen unterstreicht die Wichtigkeit der erneuten Überprüfung der Konsistenz (Reliabilität) der Skalen in der vorliegenden Stichprobe. (69) (Vgl. Tabelle 22) Die Zuverlässigkeit der Skala "Politisches Engagement" ist nicht sehr hoch (Alpha = .555). Es hat sich gezeigt, daß die innere Konsistenz dieser Skala in der vorliegenden Stichprobe ("Jugendliche zwischen 18 und 22 Jahren im Wahljahr 1976") vor allem durch die Items, die die Notwendigkeit bzw. die Mitgliedschaft in politischen Parteien betonen, gestört wird. In der Skala "Unpolitische Haltung" fallen im wesentlichen die autoritär-antidemokratischen Items aus dem Konsistenzmuster. Obwohl diese beiden Skalen nach dem Kriterium ihrer inneren Konsistenz nicht sehr zuverlässig in der Repräsentation der jeweiligen politischen Einstellung sind, werden sie im folgenden weiterverwendet. Die offensichtliche Bedeutungsverschiebung gebietet aber einen vorsichtigen Umgang bei der Interpretation von Ergebnissen, wenn diese Skalen involviert sind. (70)

Die politische Einstellung der Jugendlichen zeigt im Vergleich mit der Eichstichprobe, die 1969 erhoben wurde, interessante Konstellationen. Die Jugendlichen im Wahljahr 1976 waren definitionsgemäß zwischen 18 und 22 Jahren alt, die Vergleichsgruppe der Eichpopulation bezieht sich auf die Altersgruppe zwischen 16 und 29 Jahren (N = 782).

Die nach den Kriterien "Geschlecht" und "Bildung" aufgezeigten Verläufe der Mittelwerte sind für die Einstellungen "Politik als Störfaktor" und "Unpolitische Haltung", nicht aber für "Politisches Engagement" in

GRAFIK 20: VERGLEICH DER STICHPROBE MIT DER EICHPOPULATION



POLITIK ALS STÖRFAKTOR

Eichpopulation gesamt

Vergleichsgruppe:
16-29 Jahre

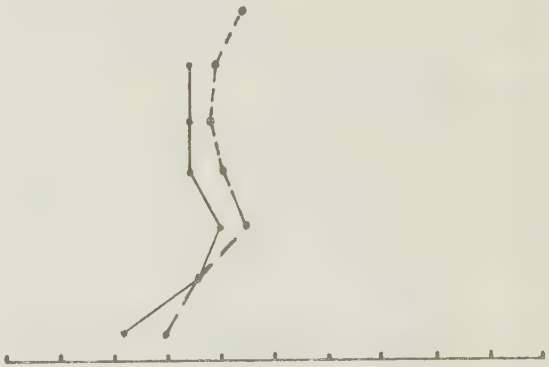
männlich

weiblich

Volksschule

Mittelschule

Abitur



UNPOLITISCHE HALTUNG

Eichpopulation gesamt

16-29 Jahre

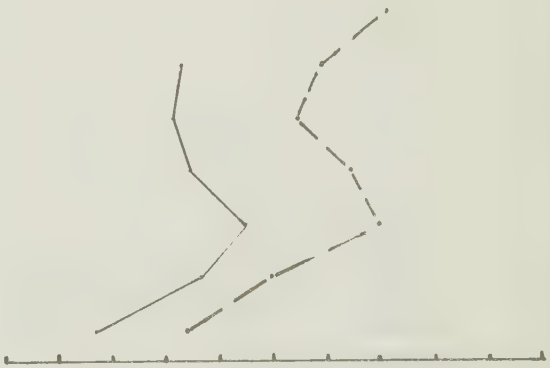
männlich

weiblich

Volksschule

Mittelschule

Abitur



POLITISCHES ENGAGEMENT

Eichpopulation gesamt

16-29 Jahre

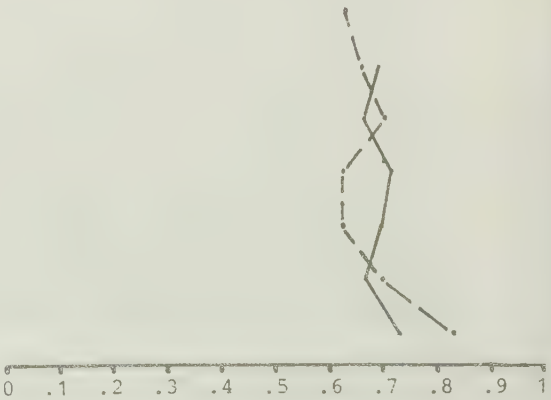
männlich

weiblich

Volksschule

Mittelschule

Abitur



den Gruppen parallel. (Vgl. Grafik 20) Bei den Jugendlichen der Stichprobe 1976 ist die unpolitische Haltung über Bildung und Geschlecht gleichermaßen niedriger als bei den Jugendlichen 1969. Aus den Aussagen, die zu dieser Einstellungsdimension gehören, werden von den 1976 befragten Jugendlichen sehr viele eindeutig abgelehnt:

"Wer dauernd durch Demonstrationen zeigt, daß ihm etwas nicht paßt, sollte doch lieber gleich unseren Staat verlassen."
Ablehnung: 88 %
"Es ist ein Hauptübel in unserem Volk, daß soviel kritisiert wird."
Ablehnung: 85 %
"Die ganzen politischen Krawalle zeigen, daß es vielen einfach zu gut geht."
Ablehnung: 79 %
"Demokratie heißt vor allem erst einmal Ruhe und Ordnung."
Ablehnung: 76 %

Für die Einstellungsdimension "Politik als Störfaktor" halten sich dagegen Zustimmungs- und Ablehnungsraten die Waage. Die Mittelwerte der Jugendlichen für "Politisches Engagement" zeigen im Vergleich zwischen 1969 und 1976 Inkonsistenzen auf. Die Ergebnisse der Reliabilitätstests werden auch durch den Vergleich mit der Eichstichprobe bestätigt.

Das politische Engagement von Jugendlichen wurde in letzter Zeit zunehmend unter den Stichworten "Staatsverdrossenheit" diskutiert. Aufgrund der vorliegenden Ergebnisse lassen sich einige (vorsichtige) Bemerkungen zu diesem Thema machen:
Die Skala "Politisches Engagement" faßt eine Reihe propolitischer Aussagen zusammen, die 1969, zum Zeitpunkt der Skalenkonstruktion und Skalenevaluation

anscheinend eindimensional ausgeprägt waren. Für die vorliegende Stichprobe ist festzustellen, daß die Jugendlichen 1976 diese Eindimensionalität propolitischer Einstellung nicht mehr teilen: während den Aussagen über eine nötige politische Betätigung sehr stark zugestimmt wird, gilt das nicht für Aussagen über Engagement in Parteien. Die Aussage "Jeder sollte einer politischen Partei oder einem Interessenverband angehören" wird sogar von 75 % der befragten Jugendlichen abgelehnt.
Die befragten Jugendlichen sehen 1976 kein Monopol der Parteien für politisches Engagement, meinen aber, daß politisches Engagement sehr wichtig ist. Die vielzitierte "Parteienverdrossenheit" läßt sich also auch bei den Befragten feststellen, nicht aber eine antipolitische "Staatsverdrossenheit". Die Jugendlichen sind durchaus der Meinung, daß sie von Politik Betroffene sind, daß sie sich politisch betätigen müssen, um politische Entscheidungen zu beeinflussen. Sie sind aber weniger bereit, die politischen Parteien als Meinungs- und Willensbildungskanäle zu akzeptieren.

Zur Dimension der Politischen Meinung wurde eine Frage eingesetzt, die normalerweise "Parteipräferenz" operationalisieren soll:
"Wenn Sie einmal an folgende sechs Parteien denken (in alphabetischer Reihenfolge):
CDU/CSU/DKP/FDP/NPD/SPD
- welche dieser Parteien entspricht am ehesten Ihren Wünschen und Vorstellungen?" (71)

Diese Frage wurde im eingesetzten Fragebogen aber verändert. Es sollte keine Rangreihe mehr gebildet, sondern aus der Kombination von jeweils zwei Parteien sollte die Partei gewählt werden, die am ehesten den persönlichen Wünschen und Vorstellungen entspricht. (Vgl. Frage 10 des Fragebogens) Die Einzelangaben sind hier sinnlos.

Alle 15 Wahlmöglichkeiten wurden darum unter dem Aspekt einer "Links-Rechts-Zuordnung" zusammengefaßt. Die auferlegte Links-Rechts-Ordnung sieht dabei folgendermaßen aus:
DKP - SPD - FDP - CDU - CSU - NPD
Diese Einteilung entspricht dem Links-Rechts-Image der angeführten Parteien in der Bundesrepublik (72).
In der Aufaddierung der Wahlen zwischen jeweils zwei Parteien wurde die Präferenz für eine Partei, die in der Links-Rechts-Ordnung links von der nichtgewählten Partei steht, mit "1" gewertet, die Präferenz für eine Partei, die in der Links-Rechts-Ordnung rechts von der nichtgewählten Partei steht, mit "0". In dem aufaddierten Index, der dann durch die Anzahl der Wahlmöglichkeiten dividiert wurde, steht also der Wert "0" für eine eindeutige und stringente Präferenz für die NPD, während der Wert "1" für eine eindeutige und stringente Präferenz für die DKP steht. (73) Die so gewonnene Skala wird im Zusammenhang der folgenden Analysen als Index für "Politische Orientierung" (POLORT) interpretiert. Sie wird im folgenden zu den politischen Verhaltens- bzw. Einstellungsindizes gerechnet.

Interkorrelationen politischer Einstellungsdimensionen

Die politischen Einstellungen im engeren Sinn drücken eine Dimension pro-politischer Einstellung - die aber zugleich mit einem Anti-Parteien-Ressentiment verknüpft ist - ("Politisches Engagement"), eine Dimension antipolitischer Einstellung ("Politik als Störfaktor") und eine Dimension apolitischer Einstellung ("Unpolitische Haltung") aus. Als politische Einstellung im weiteren Sinn werden hier "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" - die Zuwendung bzw. Abkapselung gegenüber "Politik" indizieren - , sowie "Politische Orientierung" be-

TABELLE 23 POLITISCHE EINSTELLUNGEN: nach Bildung/Geschlecht kontrollierte Korrelationen

	Unpolit. Haltung	Polit. Engagement	Politik= Störfaktor	Polit. Orientierung	Öffentl. Teilhabe	Privat-heit
Unpolitische Haltung	-	-.22	.34	-.45	-.35	.14
Politisches Engagement	-	-	-.28	.25	.38	.03
Politik als Störfaktor	-	-	-	-.09	-.24	.10
Politische Orientierung ("Links-Orientierung)	-	-	-	-	.21	-.16
Öffentliche Teilhabe	-	-	-	-	-	.08

Freiheitsgrade: 157

Signifikanzschranken für p = .05 : .16
p = .01 : .204
p = .001 : .259

trachtet. Obwohl es sich dabei nicht um Einstellungen im strengen Sinn handelt, erscheint es sinnvoll, die politischen Einstellungen der befragten Jugendlichen in diesem erweiterten Rahmen aufeinander zu beziehen.
Die nach Schulbildung und Geschlecht auspartialisierten Zusammenhänge innerhalb des so konzipierten Einstellungsrahmens (vgl. Tabelle 23) zeigen, daß die Einstellungen der Jugendlichen zur "Politik" in zwei Polen gegenüberstehen:

- "Politisches Engagement", "Politische (Links-)Orientierung" und "Öffentliche Teilhabe" korrelieren untereinander positiv
- und gegenüber dem zweiten Pol: "Unpolitische Haltung", "Politik als Störfaktor" und "Privatheit" negativ.

Allerdings ist die Links-Rechts-Polarisierung der "Politischen Orientierung" in der Einstellung, Politik sei oft ein Störfaktor geringer als erwartet: diese Korrelation ist nicht signifikant negativ.

Wahlverhalten und politische Einstellungen

Überraschenderweise liegt in der Stichprobe jugendlicher Erstwähler zwischen Wahlverhalten (i.S. von Wählen vs. Nichtwählen) und politischer Einstellung kein Zusammenhang vor. (Vgl. Tabelle 24) (74) Der einzige tendenzielle Unterschied zwischen Wählern und Nichtwählern deutet sich darin an, daß bei den jugendlichen Nichtwählern die unpolitische Haltung stärker - aber nicht signifikant stärker - ausgeprägt ist.
In der bivariaten Betrachtung von Wahlverhalten, soziodemografischen Daten und politischen Einstellungen sieht es so aus, als ob Wahlverhalten aus diesen Variablen nicht erklärt werden könnte. Da das Wahlverhalten im Zusammenhang mit anderen Einstellungs- und Verhaltensformen eine wichtige Analysefrage darstellt, wird dieses Problem - in verschiedenen Analysefragen - immer wieder aufgegriffen werden.

TABELLE 24: WAHLVERHALTEN UND POLITISCHE EINSTELLUNGEN

POLITISCHE EINSTELLUNG	WÄHLER Mittelw.	WÄHLER Stdabw.	NICHTWÄHLER Mittelw.	NICHTWÄHLER Stdabw.	Signif. (1)
Unpolitische Haltung	.305	.243	.372	.265	.098
Politik als Störfaktor	.345	.265	.356	.299	.815
Politisches Engagement	.707	.214	.693	.208	.682
Politische Orientierung o=rechts; 1=links	.656	.243	.604	.238	.180
Öffentliche Teilhabe	.058	.903	-.063	.936	.405
Privatheit	-.053	.904	.058	.804	.415

(1): T-Test für homogene Varianzen: Irrtumswahrscheinlichkeit für Ungleichheit der Mittelwerte

Resümee zum politischen Verhalten der Jugendlichen

- Die befragten Jugendlichen zeigen bei einem sehr hohen verbalen politischen Engagement eine gleichzeitig reservierte Haltung gegenüber politischen Parteien. Dies kann als ein Indikator für die vielzitierte "Parteienverdrossenheit" von Jugendlichen betrachtet werden. Es ist allerdings festzuhalten, daß damit keine apolitische oder anti-demokratische Haltung verbunden ist: die befragten Jugendlichen lehnen - bei sehr starker Betonung der Notwendigkeit politischer Betätigung - autoritäre, anti-demokratische Aussagen ab. Die antipolitische Haltung, Politik sei oft ein Störfaktor, wird dagegen weniger entschieden abgelehnt. Aber auch der sich hier andeutende Skeptizismus gegenüber "Politik" richtet sich eher gegen etablierte politische Institutionen als gegen Politik als solche.

- In der - durch Parteipräferenzen operationalisierten - politischen Orientierung dominiert eine "Linksorientierung" unter den Jugendlichen (der Stichprobe).

- Die Einstellung, daß Politik oft ein Störfaktor sei, korreliert zwar signifikant positiv mit einer unpolitischen Haltung und signifikant negativ mit politischem Engagement, aber nicht mit der politischen Orientierung der Befragten. Die politische Orientierung (positive Ausprägung: Linksorientierung) korreliert jedoch hochsignifikant negativ mit einer unpolitischen Haltung und signifikant positiv mit politischem Engagement (bei auspartialisierten Bildungs- und Geschlechtseinflüssen).

- Das Wahlverhalten ist in der Stichprobe über die Quotenvorgabe für Wähler und Nichtwähler konstant gehalten. Von den Jugendlichen, die gewählt haben, gaben 45 % ihre Zweitstimme der SPD, 26 % der CDU/CSU, wobei 30 % der Wähler zwischen Erst- und Zweitstimme unterschieden und nicht "parteikonform" wählten.

- In den einzelnen betrachteten Dimensionen politischen Verhaltens, d.h. politischer Einstellungen, unterscheiden sich jugendliche Wähler nicht von jugendlichen Nichtwählern. Da die Entscheidung zu wählen oder nicht zu wählen aber nicht bloß reiner Zufall sein kann, muß diesem Problem im folgenden besonders intensiv nachgegangen werden.

2.2.3 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten der Befragten?

Entsprechend der Analyse der Untersuchung zur Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen wird auch hier zuerst mit den ungerichteten, vermittelten Zusammenhängen (Korrelationen) begonnen, anschließend werden komplexere Zusammenhangsanalysen verwendet, um die Analysefrage zu präzisieren.
Da in dieser Erhebung des Kommunikationsverhaltens jugendlicher Wähler auch ein Instrumentarium des Nutzenansatzes eingesetzt wurde, soll diese Analyse auch dazu genutzt werden, ein zentrales Theorem des Nutzenansatzes im vorliegenden Zusammenhang zu überprüfen. Es geht um das Theorem, daß die Menschen sich ihrer Bedürfnisse bewußt und daß sie in der Lage sind, die entsprechenden Mittel und Möglichkeiten zur Bedürfnisbefriedigung zu nennen (TEICHERT 1975, S.280). Genauer gesagt geht es um die Bedeutung der von KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973 eingeführten Operationalisierung von "Bedürfnis-" und "Gratifikationsdimensionen". Zu diesem Analysezweck werden die Beziehungen eines Analysedesigns systematisch anhand von kanonischen Analysen überprüft.
Ein besonderer Schwerpunkt liegt in diesem Abschnitt auf der Analyse des Zusammenhangs zwischen dem Wahlverhalten der Jugendlichen und ihrem kommunikativen Verhalten.

2.2.3.1 Korrelative Beziehungen: Allgemeine Zusammenhänge zwischen politischem und kommunikativem Verhalten

Zuerst soll der Zusammenhang zwischen der Nutzung von massenmedialen Inhalten der tagesaktuellen Medien und den Dimensionen kommunikationsrelevanter Absichten betrachtet werden. Die Absichtsdimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" werden als Steuerungsgrößen für Zuwendung zu öffentlich-politischem Geschehen bzw. für einen Rückzug in die Privatheit interpretiert. Diese Dimensionen sind gerade in der vorliegenden Stichprobendefinition der "Erstwähler" wichtig, da in dieser Altersgruppe eine Relevanzverschiebung in der Umweltorientierung unterstellt wird (BERGLER 1966). Ich habe diese Dimensionen auch als "Allgemeine Einstellungen" bezeichnet, weil sie im vorliegenden Fall die Betonung öffentlicher bzw. privater Relevanz markieren, und weil ich die Assoziation mit dem Bedürfnisbegriff - für den diese Dimensionen eine operationale Substitution darstellen sollen - vermeiden will. Ich habe schon im vorhergehenden Abschnitt einen inhaltlichen Zusammenhang dieser "kommunikationsrelevanten Absichtsdimensionen" mit politischen Einstellungen unterstellt. Dabei hat sich empirisch ein korrelativer Zusammenhang erwiesen (vgl. Tabelle 24). Im folgenden werden die Korrelationen dieser Absichtsdimensionen mit der medienunabhängigen und medienabhängigen Nutzung massenmedialer Inhalte sowie der Nutzung der tagesaktuellen Medien betrachtet (vgl. Tabelle 25).

Als erstes fällt auf, daß es zwischen den Absichtsdimensionen und der Nutzung massenmedialer Inhalte keine signifikant negativen Korrelationen gibt. Die Betonung der Relevanzsysteme "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" liegt also im Zusammenhang mit dem Nutzungsverhalten von Massenmedien als graduelle Ausprägung und nicht als polarisierte Ausprägung vor. Die Dimensionen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" gehen auf Faktoren zurück, die

voneinander unabhängig extrahiert wurden. Die Korrelationen mit dem Nutzungsverhalten zeigen eine Verknüpfung mit entweder dem einen oder dem anderen "Faktor". Diese alternative Zuordnung erfolgt nicht notwendigerweise, da die Dimensionsvariablen "Öffentliche Teilhabe" und "Privatheit" in personengebundenen Faktorenwerten ausgedrückt sind, die durchaus miteinander korrelieren können. Insofern ist es ein beachtenswertes Ergebnis, wenn die Korrelationen der Nutzung massenmedialer Inhalte mit den Absichtsdimensionen dem Faktorenmuster "kommunikationsrelevanter Absichten" folgt.

In der medienübergreifenden Nutzung massenmedialer Inhalte korreliert sowohl die Nutzung politischer, als auch die Nutzung kultureller/wirtschaftlicher Inhalte hochsignifikant mit der "Öffentlichen Teilhabe", während die Nutzung unterhaltender Inhalte hochsignifikant und die Nutzung lokaler/regionaler Inhalte signifikant mit der Betonung von "Privatheit" korreliert.

Diese Verknüpfung der Nutzung von massenmedialen Inhalten mit der Betonung von Relevanzsystemen ist auch in der medienabhängigen Nutzung von massenmedialen Inhalten zu beobachten. Allerdings zeigt sich eine wichtige Ausnahme: die Nutzung lokaler/regionaler Inhalte der Tageszeitung korreliert hochsignifikant mit "Öffentlicher Teilhabe", während die Nutzung dieser Inhalte im Fernsehen signifikant mit "Privatheit" korreliert.

Eine weitere erstaunliche Feststellung ergibt sich, wenn man diese Korrelationen sowohl mit Schulbildung, als auch mit Geschlecht kontrolliert, wenn man also nach diesen Kriterien auspartialisierte Korrelationen betrachtet. Dann bleiben alle Korrelationen mit Ausnahme derjenigen zwischen "Öffentlicher Teilhabe" und der Nutzung kultureller Inhalte im Fernsehen signifikant; d.h. bis auf diese Ausnahme sind alle Beziehungen bildungs- und geschlechtsunabhängig.

Korrelationen zwischen der Nutzung massenmedialer Inhalte und politischen Einstellungen

Die Nutzung massenmedialer Inhalte weist mit allen drei erhobenen politischen Einstellungen i.e.S. signifikante Korrelationen auf (vgl. Tabelle 26). Die Zusammenhänge mit der Einstellung, Politik sei oft ein Störfaktor, erweisen sich aber nicht mehr als signifikant, wenn nach Bildung und Geschlecht kontrollierte Korrelationen betrachtet werden. Auch eine Reihe anderer Korrelationen vermittelt sich über Bildungs- und Geschlechtseinflüsse. Daher werden hier nur die stabilen Korrelationen diskutiert.

Die medienunabhängige Nutzung von massenmedialen Inhalten zeigt, daß in allen drei tagesaktuellen Medien politische Inhalte bei einem sehr stark ausgeprägten "politischen Engagement" gesucht und bei einer stark ausgeprägten "unpolitischen Haltung" vermieden werden. Unterhaltende Inhalte werden von den Jugendlichen, die eine "unpolitische Haltung" einnehmen hochsignifikant stärker als von anderen gesucht. Andererseits ist festzustellen, daß "politisches Engagement" nicht mit der Nutzung von Unterhaltung zusammenhängt, also weder mit der Suche nach, noch der Vermeidung von unterhaltenden Inhalten. Wenn diese Nutzungsstrategien medienabhängig betrachtet werden, so zeigt sich eine Sonderstellung des Hörfunks: die Nutzung von Unterhaltung im Hörfunk ist von allen politischen Einstellungen unabhängig. Die Such- und Vermeidungsstrategien für politische Inhalte im Zusammenhang mit den politischen Einstellungen treten in der Tageszeitungsnutzung am stärksten, weniger stark in der Fernsehnutzung und am schwächsten in der Hörfunknutzung hervor. (Vgl. Tabelle 26)

Insgesamt hat sich gezeigt, daß sich zwischen den politischen Einstellungen und dem Nutzungsverhalten der befragten Jugendlichen stabile Zusammenhänge ergaben: in

TABELLE 25: KORRELATIONEN ZWISCHEN KOMMUNKATIONSRELEVANTEN ABSICHTEN UND DER NUTZUNG VON INHALTEN IN TAGESZEITUNG, HÖRFUNK UND FERNSEHEN BEI JUGENDLICHEN

Nutzung massenmedialer Inhalte	politische Absichten	private Absichten
Nutzungsintensität aller drei Medien	.291‡+ .001	n.s.
Nutzung politischer Inhalte in allen drei Medien	.637 .001	n.s.
Nutzung kultureller Inhalte in allen drei Medien	.365 .001	n.s.
Nutzung lokale/regionaler Inhalte in allen drei Medien	n.s.	.189 .016
Nutzung von Unterhaltung in allen drei Medien	n.s.	.275 .001
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung	.580 .001	n.s.
Nutzung kultureller Inhalte der Tageszeitung	.268 .001	n.s.
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte der Tageszeitung	.205 .009	n.s.
Nutzung von Unterhaltung in der Tageszeitung	n.s.	.223 .004
Nutzung von politischen Inhalten des Hörfunks	.439 .001	n.s.
Nutzung kultureller Inhalte des Hörfunks	.288 .001	n.s.
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Hörfunks	n.s.	n.s.
Nutzung von Unterhaltung im Hörfunk	n.s.	.230 .003
Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens	.479 .001	n.s.
Nutzung kultureller Inhalte des Fernsehens	.243 .002	n.s.
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Fernsehens	n.s.	.185 .019
Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen	n.s.	.186 .018

Tabellenanmerkung: + Jeweils Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient
++ Irrtumswahrscheinlichkeit bei zweiseitigem Signifikanztest und N=161

TABELLE 26: KORRELATIONEN ZWISCHEN POLITISCHEN EINSTELLUNGEN UND DER NUTZUNG VON INHALTEN IN TAGESZEITUNG, HÖRFUNK UND FERNSEHEN BEI JUGENDLICHEN

Nutzung massenmedialer Informationen	Unpolit. Haltung	Polit. Engagement	Politik als Störfaktor
Nutzung politischer Inhalte in allen drei Medien	-.421 + .001 ++	.385 .001	-.188 ★ .017
Nutzung kultureller Inhalte in allen drei Medien	-.181 ★ .022	.170 .031	n.s. +++
Nutzung von Unterhaltung in allen drei Medien	.278 .001	n.s.	n.s.
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung	-.429 .001	.337 .001	-.170 ★ .031
Nutzung kultureller Inhalte der Tageszeitung	-.167 ★ .034	.154 ★ .051	n.s.
Nutzung von Unterhaltung in der Tageszeitung	.244 .002	n.s.	n.s.
Nutzung politischer Inhalte des Hörfunks	-.233 ★ .003	.258 .001	n.s.
Nutzung kultureller Inhalte des Hörfunks	-.151 .056	.165 .036	n.s.
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Hörfunks	.155 ★ .049	n.s.	n.s.
Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens	-.317 .001	.307 .001	-.165 ★ .036
Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen	.287 .001	n.s.	n.s.

\+ Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient

++ Signifikanz: Irrtumswahrscheinlichkeit bei zweiseitigem Signifikanztest und N=161

★ = bei Auspartialisierung nicht mehr signifikant

n.s. = keine signifikante Korrelation

In die Tabelle wurden nur diejenigen Korrelationen aufgenommen, bei denen mindestens eine Variable der politischen Einstellung mit einer Medianutzungsvariable Korreliert.

Mit den politischen Einstellungen ergab sich keine Korrelation zur Nutzungsintensität aller drei Medien; zur Nutzung lokaler/regionaler Informationen von Tageszeitung und Fernsehen, sowie in allen drei Medien; zur Nutzung kultureller Informationen des Fernsehens; zur Nutzung von Unterhaltung im Hörfunk.

TABELLE 27 : Korrelationen zwischen Mediaimages und Informationsabsichten

MEDIAIMAGES	ÖFFENTLICHE TEILHABE	PRIVATHEIT
Tageszeitung als politisches Medium	.517^{+++}	n.s.
Hörfunk als politisches Medium	.221^{++}	n.s.
Fernsehen als politisches Medium	.210^{++}	.136
Lokale polit.Vorgänge und elektronische Medien	.204^{++}	n.s.
Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation	.166^{+}	n.s.
Fernsehen als Medium der Privatheit	r.s.	.185^{+}
Lebensgenuß und Massenmedien	n.s.	n.s.
Hörfunk als Medium der Privatheit	n.s.	.251^{++}
Einsamkeit und Massenmedien	.164^{+}	.249^{++}
Tageszeitung als Medium der Privatheit	n.s.	.131

+++ : $p \leq .001$

++ : $p \leq .01$

+ : $p \leq .05$

TABELLE 28 : Partielle Korrelationen zwischen Mediaimages und politischen Einstellungen (kontrolliert nach Schulbildung und Geschlecht)

MEDIAIMAGES	Unpolitische Haltung	Politisches Engagement	Politik als Störfakto
Tageszeitung als politisches Medium	-.167+	.247++	-.213++
Hörfunk als politisches Medium	.013	.012	-.011
Fernsehen als politisches Medium	-.036	.033	-.071
Lokale polit.Vorgänge und elektronische Medien	.050	.161+	-.040
Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation	-.077	.228++	.026
Fernsehen als Medium der Privatheit	.079	-.070	-.027
Lebensgenuß und Massenmedien	.169+	-.019	.080
Hörfunk als Medium der Privatheit	.158+	.003	.134
Einsamkeit und Massenmedien	.104	.075	.095
Tageszeitung als Medium der Privatheit	.160+	.021	.065

++ : $p \leq .01$

+ : $p \leq .05$

der Nutzung von massenmedialen Inhalten sind mit den politischen Einstellungen korrespondierende Strategien der Informationssuche und der Informationsvermeidung festzustellen. (ATKIN 1973; DONOHEW/TIPTON 1973; LOWIN 1967; McGUIRE 1968)

Korrelationen zwischen Mediaimages bzw. -gratifikationen und Absichtsdimensionen

Die Absichtsdimensionen und die Mediengratifikationen wurden in einem Erhebungsinstrument erfragt. Insofern ist eine vorsichtige Interpretation dieser Zusammenhänge angebracht, da "Überstrahlungseffekte" nicht auszuschließen sind. Tatsächlich entsprechen sich Absichtsdimensionen und jeweilige Mediaimages (vgl. Tabelle 27).
Es scheint aber dennoch bemerkenswert, daß

- das politische Image des Fernsehens tendenziell mit einer stärkeren Betonung von "Privatheit" korreliert, was bei keinem anderen politischen Medienimage festzustellen ist;
- die Funktionalisierung der Medien zur Überwindung von Einsamkeit unter den Jugendlichen das einzige auf "Privatheit" orientierte Medienimage ist, das auch bei einer stärkeren Betonung von "Öffentlicher Teilhabe" signifikant ausgeprägt ist.

Korrelationen zwischen Medienimages und politischen Einstellungen

Das Medienimage, das am stärksten mit den politischen Einstellungen variiert, ist "Tageszeitung als politisches Medium" (vgl. Tabelle 28). Während bei einem stark ausgeprägten politischen Engagement die Tageszeitung hochsignifikant als politisches Medium betrachtet wird, ist das politische Image der Tageszeitung bei einer antipolitischen Einstellung hochsignifikant und bei einer unpolitischen

Haltung signifikant niedriger (unabhängig von Bildung und Geschlecht). Das politische Image von Hörfunk und Fernsehen dagegen ist indifferent gegenüber politischen Einstellungen. Im öffentlich-politischen Image-Bereich ist ferner festzustellen, daß ein hohes politisches Engagement mit einer hochsignifikant stärkeren Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien für den politischen Meinungsvergleich und mit einer signifikant stärkeren Betrachtung der elektronische Medien unter dem Aspekt lokaler politischer Information auftritt.
Im privaten Relevanzbereich korrespondieren die Medienimages ausschließlich mit der "unpolitischen Haltung". Eine stärk ausgeprägte unpolitische Haltung korreliert signifikant positiv mit

- der Auffassung, die tagesaktuellen Medien könnten zum Lebensgenuß beitragen;
- der Betrachtung der Tageszeitung und des Hörfunks als "Privatmedien".

2.2.3.2 Kanonische Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten

In diesem Analyseabschnitt wird die Analyse kommunikativen und politischen Verhaltens im konzeptuellen Bezugsrahmen des Nutzenansatzes durchgeführt. Deshalb sind vorerst einige Erläuterungen zum Konzept des Nutzenansatzes und zu dessen operationalen Umsetzung in der kanonischen Analyse angebracht.
In letzter Zeit wird der Nutzenansatz als Alternative oder als Ergänzung der Wirkungsansätze in der Massenkommunikationsforschung hervorgehoben (KATZ/BLUMLER GUREVITCH 1973/74; RENCKSTORF 1977; BLUMLER/KATZ (eds.) 1974). Mit der zuneh-

menden Rezeption bzw. Neubelebung dieses Ansatzes finden sich auch kritische Stellungnahmen zu den Grenzen und Möglichkeiten der Konzepte, die unter der Bezeichnung "uses-and-gratifications-approach" bzw. "Nutzenansatz" subsumiert werden (ELIOTT 1974; TEICHERT 1975; McLEOD/BECKER 1974; LOMETTI/REEVES/BYBEE 1977). Der Nutzenansatz ist nicht so homogen, wie diese Sammelbezeichnung suggeriert, er weist aber bestimmte gemeinsame Ausgangspositionen auf, die v.a. in der Kontrastierung der traditionellen Optik der "Wirkungsansätze" zentriert sind. TEICHERT hat in Anlehnung an LUNDBERG/HULTEN folgende Grundannahmen hervorgehoben:

" 1. Im "Uses and Gratifications Approach" wird das Publikum als ein aktives Element im Massenkommunikationsprozeß begriffen. Mediennutzung wird als ein selbstbewußtes, zielorientiertes Handeln der Medienbenutzer gesehen. Die Verhaltensweisen der Rezipienten werden somit nicht ausschließlich auf die Intentionen der Kommunikatoren hin bewertet und interpretiert, vielmehr geht es um die Feststellung davon unabhängiger Absichten und Ziele, die mit Hilfe des Medienangebotes befriedigt werden sollen.

2. Die Massenmedien stehen als Möglichkeit der Bedürfnisbefriedigung in unmittelbarer Konkurrenz zu anderen Gratifikationsinstanzen wie z.B. Primärgruppen. So wurde festgestellt, daß selbst bei sogenannten medienbezogenen Bedürfnissen eine Priorität der Medien empirisch nicht nachgewiesen werden konnte (KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973b).

3. Neben diesen inhaltlichen Gesichtspunkten ist allen Studien, die dem "Nutzen-Ansatz" zugeordnet werden können, auch eine bestimmte methodologische Überlegung gemeinsam. In der Konstruktion ihres empirischen Ansatzes gehen diese Arbeiten davon aus, daß die

Menschen in der Lage sind, ihre Zielvorstellungen und Bedürfnisse und die entsprechenden Gratifikationsinstanzen zu benennen (KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1974:17). " (TEICHERT 1975, S.271)

Vor dem Hintergrund dieser Grundannahmen lassen sich verschiedene Forschungsperspektiven unterscheiden: zumeist werden soziologisch orientierte Ansätze (z.B. ROSENGREN/WINDAHL 1977; ROSENGREN 1974) von sozialpsychologischen Ansätzen (z.B. KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973) unterschieden. Ausgehend von handlungstheoretischen Konzepten kommen RENCKSTORF 1977 und McQUAIL/GUREVITCH 1974 zu einer korresponierenden Dreiteilung theoretischer Perspektiven des Nutzenansatzes in:

a) ein "normatives Paradigma" (Structural/Cultural Perspective)
b) ein "dispositionales Paradigma" (Action/Motivation Perspective)
c) ein "interpretatives Paradigma" (Functional Perspective)

Diese Differenzierung von theoretischen Perspektiven des Nutzenansatzes sollte hier nur zeigen, daß sich unter der Bezeichnung "Nutzenansatz" verschiedene theoretische Perspektiven vereinigen. Karsten RENCKSTORF hat die verschiedenen Perspektiven in ihren Unterschieden und Gemeinsamkeiten ausführlicher zusammengestellt (RENCKSTORF 1977, S.7-59).

Im vorliegenden Zusammenhang wird die methodische Adaption des Instrumentes zur Ermittlung von "Kommunikationsbedürfnissen" und "Mediengratifikationen" der "Israel-Studie" (KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973) zum besonderen Problem (TEICHERT 1975, S.279ff; WEISS 1978, S.353ff). In der an die "Israel-Studie" angelehnten Erhebung von "Kommunikationsbedürfnissen" und "Mediengratifikationen" in der Bundesrepublik (INFRATEST 1975) geschah die Operationalisierung nach folgendem Muster:

1. aus Voruntersuchungen wurde eine Liste von Absichtsstatements entwickelt, die kommunikationsrelevante Absichten (Bedürfnisse) ansprechen.

2. Diese Liste wurde den Befragten vorgelegt, die diese Statements zunächst danach bewerten sollten, wie wichtig diese Absichten für sie persönlich sind.
3. Danach sollten die Befragten angeben, inwiefern eine Reihe von kommunikativen Tätigkeiten hilft, diese Absichten zu verwirklichen (vgl. INFRATEST 1975; WEISS 1978, S.358ff)

Diese Operationalisierung bzw. das Instrument hat inzwischen "Karriere" gemacht; es wurde verwendet bei INFRATEST 1975, RENCKSTORF/ROHLAND 1978, SCHULZ u.a. 1977, sowie in den hier berichteten Originaluntersuchungen von 1976.
Zu dieser Operationalisierung sind verschiedene Bemerkungen zu machen:

- Die Operationalisierung erfragt eher einen Konsens über fixierte Möglichkeiten kommunikationsrelevanter Absichten, als daß sie "Kommunikationsbedürfnisse" erhebt (TEICHERT 1975; HONDRICH 1975).
- Der Stellenwert dessen, was als "Mediengratifikation" erhoben wird, ist unklar.

KATZ et al. sehen in der Operationalisierung von "the Helpfulness of the Media in Satisfying 'Important' Needs" Indikatoren für die Medienfunktionen. H.J. WEISS verweist darauf, daß im Grunde Medienimages und eben nicht Medienfunktionen bzw. Gratifikationen ermittelt werden (WEISS 1978, S.354ff). Tatsächlich besteht eine Ambivalenz in dieser Betrachtung von Medienfunktionen bzw. -gratifikationen, und zwar einmal darin, daß nur nach Medien, aber nicht nach speziellen Medieninhalten gefragt wird, und daß nicht zwischen erwarteten und faktischen Gratifikationen unterschieden werden kann (GREENBERG 1974, S.89f). Im funktionalen Paradigma von ROSENGREN 1974 wird die Operationalisierung von KATZ et al. 1973 explizit den Problemwahrnehmungen (= persönliche Bewertung von Absichten) und den wahrgenommenen Problemlösungsmöglichkeiten (= Dienlichkeit der Medien für Problemlösungen) zugeordnet (ROSENGREN 1974, S.280).

Im Nutzenansatz wird ein funktionaler Zusammenhang zwischen Informationsabsichten, Gebrauchswertansprüchen an Medien, Medianutzungsmustern und der Gratifikationsleistung der Zuwendung zu Medien unterstellt. (76) Der funktionale Zusammenhang wird dabei als teilinterpretierter Kalkül (OPP 1970a) formuliert, in dem Begriffsklassen (z.B. "Bedürfnisse", "wahrgenommene Probleme", "Problemlösungen" usw.) zueinander in Beziehung gesetzt werden. Als Beispiel kann das funktionale Paradigma von ROSENGREN betrachtet werden (ROSENGREN 1974, S.270; TEICHERT 1975, S.276). Das Bezeichnende an solchen Paradigmata (vgl. auch KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1973/74, S.510) ist, daß sie zwar von einer Hierarchie von Ereignisklassen (z.B. Bedürfnisse -▸ Erwartungen -▸ Medianutzung -▸ Gratifikation) ausgehen, daß die Struktur innerhalb der Ereignisklassen aber unter dem Gesichtspunkt der Äquifunktionalität gesehen wird. (77)

In diesem Zusammenhang sehe ich zwei konkrete Probleme der empirischen Umsetzung solcher Paradigmata des "uses-and-gratifications-approach":

1. Ausgehend von der Operationalisierung nach dem Design der "Israel-Studie" ist unklar, was eigentlich erhoben wurde. Läßt man den problematischen Gesichtspunkt der "Bedürfnisse" weg, dann stellt sich immer noch die Frage, welchen Stellenwert die erhobenen "Mediengratifikationen" haben. Dieses Problem ist mit einer generellen Annahme des Nutzenansatzes verknüpft, die folgendermaßen formuliert wurde: "Methodologically speaking, many of the goals of mass media use can be derived from data supplied by individual audience members themselves - i.e., people are sufficiently self-aware to be able to report their interests and motives in particular cases, or at least to recognize them when confronted with them in an intelligible and familiar verbal formulation." (KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1973/74, S.511)

Es geht also darum, ob die in der "Israel-Studie" operationalisierten "Mediengratifikationen" zweckorientierte Handlungsreflexionen von Individuen in Form von Gebrauchswertansprüchen an die Medien als Problemlösungspotentiale, oder ob sie kulturell vorgeprägte Medienimages erfassen. Weiterhin besteht aufgrund des Erhebungsinstrumentes der Verdacht, daß die Beantwortung der Frage nach den Mediengratifikationen durch die vorhergehende Festlegung in der Bewertung der kommunikationsrelevanten Absichten gesteuert wird.

2. Die funktionalistisch orientierte Konzeption des Nutzenansatzes ist mit den üblichen statistischen Analysemethoden, v.a. mit bivariaten Analysemethoden, nicht mehr vereinbar. (79) Die einzige Methode, die funktionale Äquivalenzen thematisieren kann, besteht zur Zeit in den kanonischen Analysen (vgl. QUINE 1969, S.142ff). In den kanonischen Analysen kann gezeigt werden, inwiefern zwei Variablensysteme äquifunktional sind, und wie dann die äquifunktionale Struktur innerhalb dieser Variablensysteme beschaffen ist. Darüberhinaus kann durch die Bestimmung der kanonischen Komponenten die Beziehungsstruktur mehrerer äquifunktionaler Systeme aufgewiesen werden. Mit dieser Methodologie kann m.E. ein Teil des Widerspruchs zwischen theoretischer Forderung und empirischer Bearbeitung in den Studien, die sich auf den Nutzenansatz beziehen, überwunden werden. Die kanonische Analyse hebt jedenfalls die apriorische Festsetzung von wirkenden und bewirkten Variablen wieder auf, ohne damit die Vorteile der multivariaten Analysen zu verlieren. Kanonische Analysen haben aber den Nachteil, daß sie leicht unübersichtlich werden, vor allem dann, wenn mehrere äquifunktionale Systeme - also mehrere kanonische Korrelationen - erhalten werden.

Zur kanonischen Analyse ausgewählter Variablenblöcke aus der Stichprobe jugendlicher Wähler 1976

Die in dieser Analyse betrachteten Variablenblöcke haben in der Befragung eine Struktur, die sich v.a. aus der theoretischen Konzeption des Nutzenansatzes und seiner Operationalisierung ergibt. Der Variablenblock "Allgemeine Einstellungen" entspricht in dieser Konzeption den "Informationsbedürfnissen" bzw. der abgeschwächten Bezeichnung "kommunikationsrelevante Absichten", während der Variablenblock "Einstellungen gegenüber Massenmedien" der konzeptuellen Bezeichnung "Mediengratifikationen" entspricht. In der Operationalisierung dieser beiden konzeptuellen Dimensionen des Nutzenansatzes werden sie zusammen und aufeinander bezogen erhoben.
Aus dem Nutzenansatz ergibt sich für diese beiden Variablenblöcke die Hypothese:

> Das mediale Angebot (bzw. die Gratifikationsleistung von Kommunikationsmöglichkeiten) wird in der Abhängigkeit von den Informationsbedürfnissen erlebt und genutzt.

Als operationale Hypothese ergibt sich dann in unserem Zusammenhang die Erwartung:

> "Allgemeine Einstellungen" (= Informationsbedürfnisse) und Einstellungen gegenüber Massenmedien (= Mediengratifikationen) korrelieren sehr hoch.

Als Einschränkung dieser Interpretation möchte ich aber darauf hinweisen, daß die Art der Operationalisierung dieser beiden konzeptuellen Dimensionen in einem Instrument (die auf KATZ/BLUMLER/HAAS 1973 und INFRATEST 1975 zurückgeht) diesen Zusammenhang methodeninhärent bewirken kann. Im Falle einer hohen Korrelation zwischen "Allgemeinen Einstellungen" und "Einstellungen gegenüber Massenmedien" ist die methodische "Fehlerhypothese":

Die Korrelation zwischen "Allgemeinen Einstellungen" und "Einstellungen gegenüber Massenmedien" ist auf die Reaktion der Befragten auf die Fragestellung zurückzuführen,

noch nicht ausgeräumt.

Diese "Fehlerhypothese" hat einiges an Gewicht, wenn man bedenkt, daß die fragetechnisch erzwungene Beziehung von "Mediaeinstellung" auf "Allgemeine Einstellung" eine vorgängige Festlegung der Befragten impliziert (GREENWALD 1965).

Der Nutzenansatz geht in seiner Konzeption weiterhin davon aus, daß die Zuwendung zu (also die Nutzung von) Medien und medialen Inhalten auf die Einbindung der Medien bzw. der Inhalte in den subjektiven Zusammenhang der Nutzer zurückzuführen ist. In dem Analysezusammenhang besteht so die weitere Hypothese:

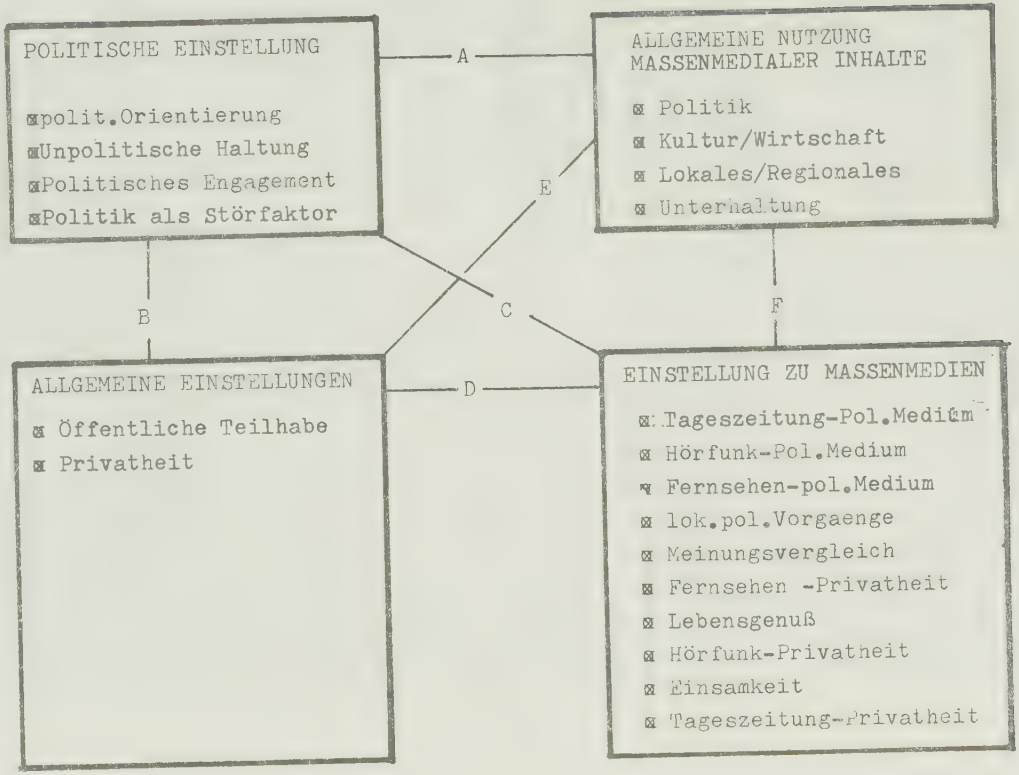
Die "Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte" korreliert hoch mit den "allgemeinen Einstellungen" und den "Einstellungen gegenüber Massenmedien".

Als Problem des Nutzenansatzes erscheint die Begründung, wie sich die "Kommunikationsbedürfnisse" konstituieren. Jedenfalls besteht die Frage, worauf die Ausprägung von "Kommunikationsbedürfnissen" bzw. "kommunikationsrelevanten Absichten" zurückzuführen ist. In diesem Analysezusammenhang soll darum der Variablenblock "Politische Einstellung" im Zusammenhang mit "Allgemeinen Einstellungen" und den anderen Variablenblöcken betrachtet werden. Aus diesen Überlegungen folgt ein Analysedesign, in dem alle möglichen Beziehungen zwischen den Variablenblöcken

- o Politische Einstellungen
- o Allgemeine Einstellungen (Informationsabsichten)
- o Einstellungen gegenüber Massenmedien (erlebtes Gratifikationspotential der Medien)
- o Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte

anhand von kanonischen Analysen betrachtet werden.
(Vgl. Schema 21)

(21) Analysedesign für die kanonischen Analysen



Als erstes soll nun der jeweilige maximale Zusammenhang zwischen zwei Variablenblöcken betrachtet werden, der sich ergibt, wenn innerhalb der Variablenblöcke solche Linearkombinationen gebildet werden, die eine maximale Korrelation zwischen den Variablenblöcken ermöglichen. Diese Zusammenhänge (kanonische Korrelationen) zeigen, ob und inwieweit die Variablenblöcke äquifunktional sein können bzw. sind.
Wir betrachten die Eigenwerte der erhaltenen kanonischen Variablen. Diese Eigenwerte sind die Quadrate der kanonischen Variablen und entsprechen einem Maß, das angibt, zu wieviel Prozent die Varianz der Variablenblöcke durch die kanonische Korrelation aufgeklärt wird. (Vgl. Tabelle 29) (80)
Ohne genauere Spezifikation der einzelnen Bestimmungen der kanonischen Variablen soll hier vorerst die gegenseitige Varianzaufklärung der einzelnen Variablenblöcke diskutiert werden.
Die Hypothese A des Nutzenansatzes (s.o.) wird durch die Eigenwerte der systematischen Analyse vorläufig bestätigt. Zwischen der Allgemeinen Einstellung (Informationsbedürfnisse) und der Einstellung gegenüber Massenmedien (Mediengratifikationen) zeigt sich die höchste Korrelation aus allen möglichen Beziehungen. Die zweithöchste Korrelation erscheint wiederum zwischen der Allgemeinen Einstellung (Informationsbedürfnis) und der Nutzung von massenmedialen Inhalten.
Die Beziehungen zwischen "Einstellungen gegenüber Massenmedien" und der "Allgemeinen Nutzung massenmedialer Inhalte" ist im Gegensatz zu den beiden vorherigen Beziehungen (in denen die Gesamtvarianz durch die zwei kanonischen Variablen vollständig reproduziert wurde) komplexer. Das was hier als "Einstellungen gegenüber Massenmedien" bezeichnet wird, kann nicht unbedingt als Gebrauchswertanspruch an die Medien interpretiert werden. Die Hypothese des Nutzenansatzes, daß aus den Einstellungen gegenüber

TABELLE 29: KANONISCHE ANALYSEN IN DER STICHPROBE
"JUGENDLICHE IM WAHLJAHR '76"

Eigenwerte (=Quadrat der kanonischen Korrelation) für den jeweiligen Zusammenhang der Variablenblöcke (Sätze)

Variablenblöcke	Eigenwert1	Eigenwert2
- Politische Einstellung - Allgem. Nutzung von Inhalten	.421!	
- Politische Einstellung - Allgem. Einstellung	.269	
- Politische Einstellung - Einstellung gegenüber Massenmedien	.324	
- Allgemeine Einstellung - Einstellung gegenüber Massenmedien	.466!!	.199?
- Allgemeine Einstellung - Allgemeine Nutzung von Inhalten	.449!	.087??
- Allgemeine Nutzung von Inhalten - Einstellung gegenüber Massenmedien	.359	.330

! = Hoher Zusammenhang zwischen den Variablenblöcken

? = Niedriger Zusammenhang zwischen den Variablenblöcken (eher Informationsgehalt als Interpretationsfähigkeit)

Massenmedien - aus dem Erleben ihres Gebrauchswertes - die faktische Nutzung folgt, kann vorerst nicht bestätigt werden. (Es spricht einiges dafür, daß die Medien nicht nur aus dem subjektiven Sinnzusammenhang heraus beurteilt werden. Die Operationalisierung des Konzepts "Informationsabsichten und Mediengratifikation" soll noch genauer betrachtet werden.)
Es überrascht aber auch, daß die "politische Einstellung" am deutlichsten mit der allgemeinen Nutzung massenmedialer Inhalte korreliert, weniger deutlich mit Einstellungen gegenüber Massenmedien und am geringsten mit den allgemeinen Einstellungen. Vorläufig ergibt sich daraus die Vermutung, daß für die Nutzung massenmedialer Inhalte politische Einstellungen und "Allgemeine Einstellungen" (Informationsabsichten) nicht sukzessiv, sondern gleichrangig relevant sind.
Im folgenden sollen vorerst die Beziehungen zwischen kommunikativem und politischem Verhalten i.w.S. betrachtet werden, bevor ich auf die Implikationen des Nutzenansatzes zurückkomme.

A) Sinnhafte Zusammenhänge zwischen politischem Verhalten und kommunikativem Verhalten

Die politischen Einstellungen werden als ein Variablensatz - also als System - auf die "Kommunikationsbedürfnisse" - die abschwächend als allgemeine Einstellungen der "öffentlichen Teilhabe" und der "Privatheit" bezeichnet werden -, auf das erlebte Gratifikationspotential der tagesaktuellen Medien - bezeichnet als "Einstellungen gegenüber Massenmedien" - und auf die medienunabhängige Nutzung massenmedialer Inhalte bezogen.
Die einzelnen Dimensionen des Einstellungssyndroms "Politische Einstellungen" seien kurz rekapituliert:
Dieses Syndrom liegt intern in zwei Polen vor, ein hohes

politisches Engagement (verbale Betonung der Notwendigkeit politischer Betätigung) zusammen mit einer politischen Linksorientierung (im Parteienspektrum) steht einer unpolitischen Haltung und antipolitischen Einstellung gegenüber.
In dem Einstellungssyndrom "Politische Einstellung" geht es in der kanonischen Analyse um die Betonungen dieser Dimensionen, die in der Analyse durch die kanonischen Koeffizienten ausgedrückt werden. (Vgl. zu den folgenden Erläuterungen und Tabellen die Lesehinweise im Anhang.)

A1: Die kanonische Analyse der Beziehung zwischen "politischen Einstellungen" und "Allgemeinen Einstellungen" weist die schwächste von den systematisch untersuchten möglichen Beziehungen auf. (81)
Die Koeffizienten der kanonischen Variable verweisen auf folgende korrespondierende Struktur (vgl. Tabelle 30):
Stark ausgeprägtes "Politisches Engagement" und schwach ausgeprägte "Unpolitische Haltung" korrespondieren mit einer starken Betonung von "Öffentlicher Teilhabe" und einer schwach ausgeprägten Betonung der "Privatheit".
Umgekehrt: starke Ausprägung von "Privatheit" und schwache "Öffentliche Teilhabe" korrespondiert mit einer starken "Unpolitischen Haltung" und einem schwachen "Politischen Engagement".
Die Betrachtung der Redundanzmaße zeigt, daß sich beide Linearkombinationen etwa gleichstark erklären. Zusammen mit der relativ schwachen kanonischen Korrelation (im Vergleich zu den anderen Beziehungen!) wird dadurch nahegelegt, "Politische Einstellungen" und "Allgemeine Einstellungen" innerhalb der hier insgesamt betrachteten Beziehungen als gleichrangig zu begreifen.

A2: Die kanonische Analyse der Beziehung zwischen "Politischen Einstellungen" und "Einstellungen gegenüber Massenmedien" zeigt in den Redundanzmaßen, daß in dieser Beziehung die Einstellungen gegenüber Massenmedien durch "politische Einstellungen" erklärt werden. Es besteht eine deutliche Assymetrie zwischen den jeweiligen Redundanzen (vgl. Tabelle 31).
Die Koeffizienten der kanonischen Variable zeigen ferner, daß die Einstellungen gegenüber Massenmedien am deutlichsten von der Ausprägung einer "unpolitischen Haltung" abhängen. (Dabei ist zu bedenken, daß hier thematisch eine Polarisierung zwischen "öffentlicher Teilhabe" und "Privatheit" impliziert ist.) Wenn eine stark ausgeprägte "unpolitische Haltung" vorliegt, zeigt sich eine eindeutige Funktionalisierung der Massenmedien im privaten Bereich und eine Ignorierung von öffentlichen Funktionen der Massenmedien. Bemerkenswert ist hier die extreme Funktionalisierung der Tageszeitung: bei einer schwach ausgeprägten "unpolitischen Haltung" fungiert die Tageszeitung als rein politisches Medium, während eine stark ausgeprägte "unpolitische Haltung" die Tageszeitung im Sinnzusammenhang rein privater Anliegen auftreten läßt.

Damit verstärkt sich der Analysebefund, daß unter den befragten Jugendlichen ein Rückzug in die Sphäre der Privatheit mit einer stark ausgeprägten unpolitischen Haltung zusammenhängt: die Wahrnehmung der tagesaktuellen Medien wird diesem Sinnsyndrom angepaßt. Damit liegt in diesem Ergebnis eine Bestätigung des Theorems "Menschen funktionalisieren die Medien entsprechend ihren Bedürfnissen" (KATZ/FOULKES 1962) vor.

Es ist aber darüberhinaus bemerkenswert, daß Differenzierungen in dieser Tendenz auftreten: bei einer sehr starken unpolitischen Haltung und einer starken antipolitischen Einstellung ist eine Interpretation der Medien im

Rahmen privater Anliegen bei gleichzeitiger Ausblendung öffentlich-politischer Aspekte festzustellen. Dies gilt aber nicht im gleichen Ausmaß für das entgegengesetzte Syndrom "Politisches Engagement und politische Linksorientierung". Bei diesem Syndrom liegt keine ausschließliche Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien im Rahmen öffentlich-politischer Anliegen vor: die Medien werden auch unter den Aspekten der Unterhaltungsfunktion interpretiert.
Die Hauptdifferenz in beiden Sinnsyndromen liegt also in der negativen Selektion der "politischen Funktionen" von Medien bei einer stark ausgeprägten unpolitischen Haltung.
Dieses Ergebnis setzt sich in der Analyse stringent auf die Nutzung massenmedialer Inhalte fort.

A3: Die kanonische Analyse der Beziehung zwischen den "Politischen Einstellungen" und der "Allgemeinen Nutzung massenmedialer Inhalte" zeigt, daß zwischen diesen beiden Variablenblöcken ein starker Zusammenhang festzustellen ist. Die Koeffizienten der kanonischen Variable verweisen auf folgende Struktur dieses Zusammenhangs (vgl. Tabelle 32):
Eine stark ausgeprägte "Unpolitische Haltung" und eher "rechtsgerichtete" politische Orientierung korrespondiert mit einer auf Unterhaltung orientierten Nutzung massenmedialer Inhalte in deren Umfeld auch die Nutzung lokaler/regionaler Inhalte auftritt, während in diesem Zusammenhang politische Inhalte der Massenmedien kaum genutzt werden. Umgekehrt ausgedrückt: die Nutzung politischer Inhalte und Nichtnutzung von Unterhaltung hängt in der Stichprobe mit einer politischen "Links-Orientierung" und der Ablehnung einer "Unpolitischen Haltung" zusammen.
Die Redundanzmaße dieser Beziehung zeigen, daß die politischen Einstellungen mehr Varianzanteile der Nutzung massenmedialer Inhalte (ca. 19 %) erklären

als umgekehrt, daß aber auch die Nutzung massenmedialer Inhalte immerhin ca. 10 % der Varianz in den politischen Einstellungen zu erklären vermag. Da die Assymetrie in der Redundanz aber nicht sehr groß ist, kann man zwischen der politischen Einstellung und der Nutzung massenmedialer Inhalte auch Feedback-Prozesse unterstellen. Diese Unterstellung hat beträchtliches Gewicht unter dem Aspekt der politischen Sozialisation von Jugendlichen durch Massenmedien: wenn die anti- und apolitisch eingestellten Jugendlichen einen derart stringenten Rückzug (bzw. Verbleib) in den Bezugsrahmen der Privatsphäre aufweisen, dann ist über Massenmedien für diese Gruppe kaum ein politischer Sozialisationseffekt zu erwarten. Dies gilt aber nur für die direkte - und im intentionalen Bereich assoziierte - Sozialisation durch politische Inhalte i.e.S.; die Aussage gilt nicht für "politische Lerneffekte" aus Unterhaltungssendungen. Die Diskussion um die politische Wirksamkeit der "unpolitischen Unterhaltung" darf gerade angesichts dieser Analyseergebnisse nicht ausgeklammert werden (BROCHER 1967; GOTTSCHALK 1971; KNILLI 1971). Es läßt sich sogar fragen, ob die politische Sozialisation derjenigen Jugendlichen, die politischen Inhalten der Massenmedien derart konsequent ausweichen, und die anti- bzw. apolitisch eingestellt sind, nicht schon u.a. durch das in der Unterhaltung perzipierte Bild des "Politischen" erfolgt ist. Wenn dem so wäre, dann hieße das, daß das in der Unterhaltung implizierte Politik-Bild sich immer mehr verfestigt, wenn es davon abhält, diese Politik-Bilder durch weitere Informationen zu korrigieren. Ein weiterer kritischer Aspekt zeigt sich im Zusammenhang mit der "knowledge-gap-Hypothese" (TICHENOR/DONOHUE/OLIEN 1970; H.BONFADELLI 1978; SAXER 1978), die in der Fortsetzung der Verstärkungshypothese massenkommunikativer

TABELLE 30

Kanonische Analyse zwischen Politischen Einstellungen und allgemeinen Einstellungen

Die Analyse ergab eine signifikante kanonische Korrelation:

Eigenwert	.269
Kanonische Korrelation	.518
Wilk's Lambda	.699
Chi-Quadrat: 56.29 DF: 8	Signifikanz: .000

Koeffizienten der Kanonischen Variable im ersten Satz (Politische Einstellungen)

Politische Orientierung	.126
unpolitische Haltung	-.603
Politisches Engagement	.470
Politik als Störfaktor	-.170

Koeffizienten der Kanonischen Variable im zweiten Satz (allgemeine Einstellungen)

Öffentliche Teilhabe	.961
Privatheit	-.324

Struktur- und Redundanzmaße für die signifikante Kanonische Korrelation+

	Politische Einstellung	Allgemeine Einstellung
Politische Einstellung	.460	.124
Allgemeine Einstellung	.131	.487

\+ Waagrecht: Erster bzw. zweiter Satz
Senkrecht: Kanonische Variable für den 1. bzw. 2. Satz

TABELLE 31

Kanonische Analyse zwischen Politischen Einstellungen und Einstellungen gegenüber Massenmedien

Die Analyse ergab eine signifikante kanonische Korrelation:

Eigenwert	.324
Kanonische Korrelation	.569
Wilk's Lambda	.555
Chi-Quadrat: 90.08 DF:40	Signifikanz: .000

Koeffizienten der kanonischen Variable im ersten Satz (Politische Einstellungen)

Politische Orientierung	.111
Unpolitische Haltung	-.712
Politisches Engagement	.259
Politik als Störfaktor	-.241

Koeffizienten der kanonischen Variable im zweiten Satz (Einstellungen gegenüber Massenmedien)

Tageszeitung als politisches Medium	.650
Hörfunk als politisches Medium	.132
Fernsehen als politisches Medium	.122
Lokale polit. Vorgänge und elektronische Medien	.259
Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation	.333
Fernsehen als Medium der Privatheit	-.309
Lebensgenuß und Massenmedien	-.360
Hörfunk als Medium der Privatheit	-.359
Einsamkeit und Massenmedien	-.380
Tageszeitung als Medium der Privatheit	-.478

Struktur- und Redundanzmaße für die signifikante Kanonische Korrelation

	Politische Einstellungen	Einstellungen gegenüber Massenmedien
Politische Einstellungen	.457	.148
Einstellungen gegenüber Massenmedien	.027	.083

TABELLE 32

Kanonische Analyse zwischen Politischen Einstellungen und der allgemeinen Nutzung massenmedialer Inhalte

Die Analyse ergab eine signifikante kanonische Korrelation:

Eigenwert	.421
Kanonische Korrelation	.649
Wilk's Lambda	.533
Chi-Quadrat: 98.24 DF:16	Signifikanz: .000

Koeffizienten der Kanonischen Variable im ersten Satz: (Politische Einstellungen)

Politische Orientierung	.479
Unpolitische Haltung	-.562
Politisches Engagement	.253
Politik als Störfaktor	.042

Koeffizienten der Kanonischen Variable im zweiten Satz (Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte)

Nutzung politischer Inhalte	.913
Nutzung kultureller Inhalte	.080
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte	-.336
Nutzung unterhaltender Inhalte	-.402

Struktur- und Redundanzmaße für die signifikante Kanonische Korrelation

	Politische Einstellung	Allgem.Nutzung massenmedialer Inhalte
Politische Einstellung	.448	.188
Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte	.103	.246

Effekte darauf verweist, daß die Kette: antipolitische Einstellung - Vermeidungsstrategien gegenüber politischen Inhalten - Verstärkung der antipolitischen Einstellung ein ernstes Problem der politischen Bildung für die Strukturen "politischen Bewußtseins" in der Gesellschaft darstellt. Die Ergebnisse der kanonischen Analyse sprechen jedenfalls sehr stark für einen stringenten Zusammenhang zwischen politischen Einstellungen und kommunikativem Verhalten/Einstellungen.

In der Erweiterung dieser Analyse gehe ich nochmals auf das Theorem des (psychologischen) Nutzenansatzes ein, das auf der subjektiven Ebene - öffentlich-politisch orientierte vs. auf "Privatheit" orientierte Kommunikationsbedürfnisse - das Theorem des "increasing-knowledge-gap" einschließt.

B) Erweiterung der kanonischen Analyse auf den Nutzenansatz

B1: Die Kanonische Analyse der Beziehung zwischen den "Allgemeinen Einstellungen" und den "Einstellungen gegenüber Massenmedien" stellt gleichzeitig eine Analyse des zentralen Theorems des Nutzenansatzes "Menschen nehmen die Medien entsprechend ihrer jeweiligen Kommunikationsbedürfnisse wahr" (KATZ/FOULKES 1962) dar.
Die Analyse ergab zwei signifikante kanonische Korrelationen, die zusammen die Gesamtvarianz vollständig erklären.
Die Koeffizienten der kanonischen Variablen (vgl. Tabelle 33) zeigen erwartungsgemäß zwei verschiedene Sinn- und Wahrnehmungsmuster unter Jugendlichen:
Wer subjektiv die "Öffentliche Teilhabe" stark betont, betrachtet die Tageszeitung sehr deutlich als politisches Medium, weniger deutlich (aber ebenfalls stark) das Fernsehen, hält elektronische Medien für Informationen über lokale politische Vorgänge für wichtig und betrachtet das Fernsehen weniger als Medium der Privat-

heit. Wer dagegen subjektiv die "Privatheit" sehr stark in den Vordergrund stellt, sieht den Gebrauchswert der tagesaktuellen Massenmedien (Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen) vor allem in der Möglichkeit, Einsamkeit zu überwinden, betrachtet v.a. den Hörfunk als Medium der Privatheit, weniger stark aber auch das Fernsehen.
Die Redundanzmaße zeigen, daß die Einstellung gegenüber Massenmedien deutlich stärker von den allgemeinen Einstellungen erklärt werden als umgekehrt. Dies kann nun zweierlei bedeuten: entweder bedeutet dies eine Bestätigung für dieses Theorem des Nutzenansatzes, oder dieses Ergebnis reproduziert die Steuerung der Befragungsreaktionen durch das Frageinstrument. (D.h. wer das jeweilige Absichtsstatement hoch bewertet, der bewertet auch die dazu gehörende Mediengratifikation hoch.) Das operationale Dilemma des aus der "Israel-Studie" (KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973) tradierten Instruments kann nicht aufgelöst werden.

B2: Die kanonische Analyse der Beziehung zwischen den "Einstellungen gegenüber Massenmedien" (Bewertung des medialen Gartifikationspotentials) und der "Allgemeinen Nutzung massenmedialer Inhalte" deckt eine relativ komplexe Struktur auf. Die zwei signifikanten kanonischen Variablen reproduzieren nicht die Gesamtvarianz. Die erste signifikante kanonische Variable zeigt folgenden Zusammenhang (vgl. Tab. 34): Wer politische, lokale/regionale Inhalte, aber auch Unterhaltung nutzt (also abgesehen von den "elitären" kulturellen Inhalten die Massenmedien sehr breit nutzt), schätzt den Gebrauchswert der elektronischen Vorgänge hoch ein, betrachtet die Tageszeitung, aber auch den Hörfunk, als politisches Medium (weni-

ger politisches Image erfährt das Fernsehen), sieht aber zwischen dem Streben nach Lebensgenuß und dem Gratifikationspotential der Medien wenig Verbindung. In der zweiten signifikanten kanonischen Korrelation wird folgender Zusammenhang aufgewiesen: Wer in der Nutzung massenmedialer Inhalte vorrangig auf die Nutzung politischer Inhalte ausgerichtet ist, und kaum Unterhaltung nutzt, für denjenigen weist nur die Tageszeitung ein politisches Image auf, für denjenigen sind die Massenmedien wichtig zum Vergleich seiner politischen Meinung; derjenige erfährt Tageszeitung und Fernsehen (etwas weniger den Hörfunk) nicht als Medium der Privatheit.
Aus der Struktur der ersten kanonischen Variablen wird deutlich, daß die Nutzung der Massenmedien durchaus nicht immer nach Inhaltsklassen polarisiert wird. Die erste kanonische Variable, die immerhin mit 45 % die meisten Varianzanteile der Nutzung massenmedialer Inhalte extrahiert, verweist auf eine breite, inhaltsunspezifische Nutzung von Massenmedien, während die zweite kanonische Variable, die eine Polarisierung zwischen Politik und anderen Inhalten aufzeigt, nur 24 % der Varianz in der Nutzung massenmedialer Inhalte extrahiert. (Dabei muß aber daran erinnert werden, daß die hier befragten Jugendlichen in sehr starkem Maße Unterhaltung im Hörfunk nutzen.)

B3: Die kanonische Analyse der Beziehung zwischen den "Allgemeinen Einstellungen" und der "Nutzung massenmedialer Inhalte" (vgl. Tabelle 35) zeigt, daß diejenigen, die "Öffentliche Teilhabe" sehr stark betonen und "Privatheit" weniger stark - aber immerhin deutlich - ablehnen, v.a. politische Inhalte der Massenmedien nutzen. Die zweite signifikante Korrelation zeigt, daß diejenigen, für die "Privatheit" ein sehr

TABELLE 33

Kanonische Analyse zwischen Allgemeinen Einstellungen und Einstellungen gegenüber Massenmedien

Die Analyse ergab zwei signifikante kanonische Korrelationen:

	r_{c1}	r_{c2}
Eigenwert	.466	.199
Kanonische Korrelation	.683	.446
Wilk's Lambda	.428	.801
Chi-Quadrat	130.79	34.15
DF (Freiheitsgrade)	20	9
Signifikanz	.000	.000

Koeffizienten der kanonischen Variablen im ersten Satz (Allgemeine Einstellungen)

Öffentliche Teilhabe	.999	.052
Privatheit	-.097	.996

Koeffizienten der kanonischen Variablen im zweiten Satz (Einstellungen gegenüber Massenmedien)

Tageszeitung als politisches Medium	.726	.049
Hörfunk als politisches Medium	.309	-.075
Fernsehen als politisches Medium	.346	.116
Lokale polit.Vorgänge und elektronische Medien	.347	.056
Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation	.299	-.108
Fernsehen als Medium der Privatheit	-.368	.408
Lebensgenuß und Massenmedien	-.079	.167
Hörfunk als Medium der Privatheit	-.244	.535
Einsamkeit und Massenmedien	-.100	.574
Tageszeitung als Medium der Privatheit	-.121	.280

Struktur- und Redundanzmaße für die signifikanten kanonischen Variablen

	1.Kanon.Variable		2.Kanon.Variable	
	Allg.	Medien	Allg.	Medien
Allgemeine Einstellungen (Allg.)	.497	.232	.503	.100
Einstellung gegenüber Massenmedien(Medien)	.046	.100	.027	.134

TABELLE 34

Kanonische Analyse zwischen Allgemeiner Nutzung massenmedialer Inhalte und Einstellungen gegenüber Massenmedien

Die Analyse ergab zwei signifikante kanonische Korrelationen:

	r_{c1}	r_{c2}
Eigenwert	.359	.330
Kanonische Korrelation	.599	.575
Wilk's Lambda	.363	.567
Chi-Quadrat	154.87	86.78
Freiheitsgrade (DF)	40	27
Signifikanz	.000	.000

Koeffizienten der kanonischen Variablen im ersten Satz (Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte)

Nutzung politischer Inhalte	-.689	.831
Nutzung kultureller Inhalte	.084	-.241
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte	-.435	-.303
Nutzung unterhaltender Inhalte	-.301	-.588

Koeffizienten der kanonischen Variablen im zweiten Satz (Einstellungen gegenüber Massenmedien)

Tageszeitung als politisches Medium	-.523	.499
Hörfunk als politisches Medium	-.474	-.159
Fernsehen als politisches Medium	-.204	-.097
Lokale politische Vorgänge und elektronische Medien	-.553	.007
Politischer Meinungsvergleich und Mediengratifikation	-.225	.341
Fernsehen als Medium der Privatheit	-.083	-.532
Lebensgenuß und Massenmedien	.302	-.174
Hörfunk als Medium der Privatheit	.150	-.240
Einsamkeit und Massenmedien	.117	-.305
Tageszeitung als Medium der Privatheit	-.172	-.376

Struktur- und Redundanzmaße für die signifikanten kanonischen Variablen

	1.kanon.Variable		2.kanon.Variable	
	Nutzung	Medien	Nutzung	Medien
Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte (Nutzung)	.456	.164	.236	.078
Einstellungen gegenüber Massenmedien(Medien)	.042	.117	.039	.116

TABELLE 35

Kanonische Analyse zwischen Allgemeinen Einstellungen und Allgemeiner Nutzung massenmedialer Inhalte

Die Analyse ergab zwei signifikante kanonische Korrelationen:

	r_{c1}	r_{c2}
Eigenwert	.449	.087
Kanonische Korrelation	.670	.294
Wilk's Lambda	.503	.913
Chi-Quadrat	107.93	14.23
Freiheitsgrade (DF)	8	3
Signifikanz	.000	.003

Koeffizienten der Variablen im ersten Satz (Allgemeine Einstellungen)

Öffentliche Teilhabe	.962	.276
Privatheit	-.319	.949

Koeffizienten der kanonischen Variablen im zweiten Satz (Allgem.Nutzung massenmedialer Inhalte)

Nutzung politischer Inhalte	.995	-.039
Nutzung kultureller Inhalte	.097	.100
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte	-.203	.398
Nutzung unterhaltender Inhalte	-.112	.728

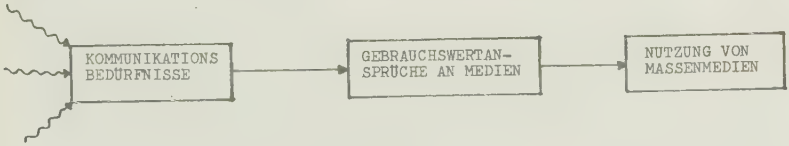
Struktur- und Redundanzmaße für die signifikanten kanonischen Variablen

	1. Kanon.Variable		2. Kanon.Variable	
	Allgem.	Nutzung	Allgem.	Nutzung
Allgemeine Einstellungen (Allgem.)	.487	.219	.513	.045
Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte(Nutzung)	.137	.306	.055	.137

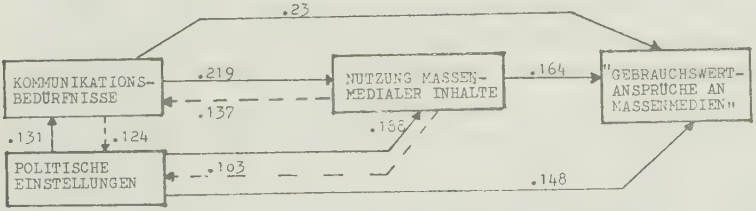
starkes Anliegen ist, die aber "Öffentliche Teilhabe" nicht ablehnen, sehr stark unterhaltende Inhalte und weniger deutlich lokale/regionale Inhalte nutzen, in der Nutzung politischer Inhalte aber indifferent sind. Dieses Ergebnis legt auch die Vermutung nahe, daß in den sozialen Normen "Privatheit" ein negatives, "Öffentliche Teilhabe" dagegen ein positives Image aufweist. Ein anderes Problem, das auf die Komplexität der Fragestellung verweist, besteht in der Gerichtetheit der untersuchten Beziehung. Die Redundanzmaße zeigen jedenfalls, daß die "Allgemeinen Einstellungen" zwar mehr Varianz der "Nutzung massenmedialer Inhalte" erklären als umgekehrt, daß die Differenz der Assymetrie aber nicht so stark ausgeprägt ist. Die Nutzung von Inhalten erklärt immerhin rund 10 % der Varianz in den "Allgemeinen Einstellungen". Rekursive bzw. eindirektionale Modellvorstellungen scheinen deshalb zu stark vereinfacht zu sein. Massenmedien sind inzwischen in unserem Alltag so selbstverständlich, daß es unmöglich ist, massenmediale Inhalte nicht zu rezipieren. Die Bewertung kommunikationsrelevanter Absichten ("Allgemeine Einstellungen") ist dann aber nicht mehr unbeeinflußt von Lernprozessen in der Nutzung von Massenmedien bzw. massenmedialer Inhalte.

Anschließend soll nun das Theorem des Nutzenansatzes mit einem, sich aus den überprüften Beziehungen empirisch ergebenden, Modell konfrontiert werden.
In der ex-post Überprüfung soll festgestellt werden, ob und in welchen Relationen das Theorem des Nutzenansatzes (vgl. Modell 2) zutrifft: Kommunikationsbedürfnisse bestimmen Gebrauchswertansprüche an die Massenmedien als Problemlösungspotentiale und daraus ergäben sich verschiedene Muster der Mediennutzung (vgl. ROSENGREN 1974; KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1973/74).

MODELL 22: BASALES THEOREM DES NUTZENANSATZES (PSYCHOLOGISCHE VARIANTE)



MODELL 23: ÜBERPRÜFUNG DES BASALEN THEOREMS DES NUTZENANSATZES DURCH DIE KANONISCHE ANALYSE



← – – – : Feedback (kleinere Redundanz)

——→ : Hauptrichtung (größere Redundanz)

Aus dem Design der kanonischen Analyse (vgl. Schema 21) ergibt sich ein empirisches Beziehungsgeflecht zwischen den einzelnen "Sinneinheiten". Es ist allerdings zu bedenken, daß sich die Betonungen in diesen Sinneinheiten je nach der Beziehung verschieben (vgl. Tabellen 30 bis 35). Aus den kanonischen Variablen wurden die entsprechenden Komponenten berechnet, dadurch lassen sich die Redundanzmaße der einzelnen Beziehungen angeben (zum Verfahren s.o.). Die Redundanz zeigt, welchen Varianzanteil eine fixierte Sinneinheit (Variablensatz) in der anderen erklärt. Für jede Beziehung gibt es zwei Redundanzmaße, je nachdem, welcher Variablensatz als unabhängig betrachtet wird. Die Redundanzen sind in der Regel assymetrisch. In dem Überprüfungsmodell (vgl. Modell 23) setze ich die höhere Redundanz als Hauptrichtung, die niedrigere - wenn sie ebenfalls hoch ist - als Feedback-Beziehung ein. Die empirischen Beziehungen zeigen eine hohe Interdependenz zwischen kommunikationsrelevanten Absichten, politischen Einstellungen und der Nutzung massenmedialer Inhalte. Die Bewertung medialer Gratifikationspotentiale erscheint aber als von allen anderen Faktoren abhängig. Die stärkste Beziehung besteht zwischen den kommunikationsrelevanten Absichten (Kommunikationsbedürfnissen) und den medialen Gratifikationspotentialen (Gebrauchswertansprüche). Es ist in diesem Modell aber nicht festzustellen, ob diese Beziehung nicht doch auf die Operationalisierung beider Faktoren zurückgeht (vgl. oben). Jedenfalls kann die, in der psychologischen Variante des Nutzenansatzes implizierte, Kausalstruktur nicht bestätigt werden (vgl. Modell 22 mit Modell 23). Damit wurde die Operationalisierung von Kommunikationsbedürfnissen und deren mediale Gratifikationspotentiale nicht als "Gebrauchswerterwartung" bzw. "Gebrauchswertanspruch" evaluiert. Jedenfalls stellt diese Operationalisierung nicht unbedingt die Reflexion über mediale Potentiale aufgrund von

subjektiven Zwecksetzungen dar, die dann die mediale Zuwendung steuert (dies müßte noch mit der medienabhängigen Nutzung von Inhalten überprüft werden). Es ist aber bemerkenswert, daß die politische Einstellung einen starken Einfluß auf alle hier betrachteten Elemente des Kommunikationsprozesses ausübt.

2.2.3.3 Kausale Zusammenhänge: Determinanten des Wahlverhaltens potentieller Erstwähler

A) Jungwähler und Mediennutzung

Betrachtet man die Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal hätten wählen können, so wird man meinen, daß deren Interesse an Politik und deren Zuwendung an politische Inhalte der Massenmedien sich in ihrem Wahlverhalten ausdrückt. Die implizite These lautet dann:

> Wähler interessieren sich mehr als Nichtwähler für politische Vorgänge, sie wenden sich eher politischen Inhalten der Massenmedien zu, haben ein höheres politisches Engagement und eine niedrigere unpolitische Haltung als ihre Altersgenossen, die nicht gewählt haben.

Diese These soll an den vorliegenden Daten verfolgt werden, indem vorerst die Mittelwertdifferenzen zwischen den Gruppen der jugendlichen Wähler und Nichtwähler betrachtet werden (vgl. Tabelle 36). Diese Betrachtung zeigt, daß diese These in ihrer einfachen Form nicht zutrifft: weder die einzelnen politischen Einstellungen noch die einzelnen Zuwendungen zu Politik in den Massenmedien können auf jugendliche Wähler bzw. Nichtwähler schließen lassen:

- Wähler und Nichtwähler unterscheiden sich nicht in der Intensität der Nutzung tagesaktueller Medien (Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen);

TABELLE 36:

Mittelwertdifferenzen zwischen Wählern und Nichtwählern zu Variablen der Mediennutzung, -einstellung und der politischen Einstellung

VARIABLE	WÄHLER $\bar{X}$	NICHT-WÄHLER $\bar{X}$	SIGNI-FIKANZ
Nutzung von lokalen/regionalen Informationen in allen Medien	.578	.526	.045
Nutzung von lokalen/regionalen Informationen im Hörfunk	.542	.429	.001
Nutzung von politischen Informationen im Hörfunk	.601	.528	.020
Einstellung gegenüber Hörfunk als politisches Medium	.150	-.164	.027
Einstellung gegenüber Fernsehen als politisches Medium	.131	-.143	.051
Einstellung: alle Medien tragen zum Lebensgenuß bei	-.133	.145	.049
Nichtsignifikante, aber theoretisch erwartete Unterschiede:			
Nutzung politischer Inhalte in allen drei Medien	.614	.582	.228
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung	.634	.645	.796
Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens	.607	.573	.331
Wichtigkeit politischer Informationsabsichten	.058	-.063	.405
Politisches Engagement	.707	.693	.682
Politik als Störfaktor	.345	.356	.815
Unpolitische Haltung	.305	.372	.098
Gruppenumfänge n =	84	77	

- sie unterscheiden sich nicht in der geäußerten Zuwendung an politische Inhalte dieser Medien und
- in der Ausprägung des politischen Engagements und in der Betrachtung von Politik als Störfaktor.

Tendenzielle Unterschiede sind in der Ausprägung einer unpolitischen Haltung festzustellen: Nichtwähler neigen eher als Wähler (aber nicht signifikant stärker: $p = .10$) zu einer unpolitischen Haltung.
Es zeigen sich aber doch signifikante Unterschiede zwischen Wählern und Nichtwählern. Wähler nutzen stärker als Nichtwähler politische Inhalte des Hörfunks ($p = .02$); sie nutzen häufiger lokale Informationen in allen Medien ($p = .045$), aber besonders im Hörfunk ($p = .001$); sie sind stärker als Nichtwähler der Überzeugung, daß der Hörfunk zu politischen Informationsabsichten beiträgt ($p = .027$) und daß Fernsehen zur Verwirklichung politischer Informationsabsichten hilft ($p = .05$). Nichtwähler meinen demgegenüber stärker als Wähler, daß die tagesaktuellen Medien dazu beitragen können, das Leben voll zu genießen ($p = .049$).
Betrachtet man anstelle der bivariaten Unterschiede (t-Test) multivariate Unterschiede zwischen den jugendlichen Wählern und Nichtwählern, so kann man anhand von Diskriminanzanalysen folgende Aussagen festhalten:

- Das Wahlverhalten der Jugendlichen läßt sich nicht anhand ihrer politischen Einstellungen unterscheiden bzw prognostizieren.
- Jugendliche Wähler und Nichtwähler unterscheiden sich zwar in ihrem Kommunikationsverhalten, die Unterschiede im Kommunikationsverhalten sind aber nicht direkt mit politischen Medieninhalten verknüpft.

Es wurden zwei Diskriminanzanalysen mit dem Wahlverhalten (gewählt/nicht gewählt) als abhängige Variable durchgeführt.

In der ersten Analyse wurden die Variablen zur politischen Einstellung (Politisches Engagement/Politik als Störfaktor/Unpolitische Haltung/Politische Orientierung) als unabhängige Variable eingesetzt. In der zweiten Analyse fungierten die Variablen zur Mediennutzung und zur Einstellung im Medien- und Informationsbereich als unabhängige Variablen.
In der ersten Analyse zeigte sich, daß sich aus den politischen Einstellungen nicht auf das Wahlverhalten schließen läßt. Es ergab sich keine signifikante Diskriminanzfunktion (p = .369). Die zweite Analyse, in der alle betrachteten Variablen zum Kommunikationsverhalten eingingen, ergab eine signifikante Diskriminanzfunktion (p=.01). Die Gruppenzentroide für die jugendlichen Wähler und Nichtwähler sind auf dieser Diskriminanzfunktion eindeutig getrennt (Gruppenzentroid für Wähler .5318; für Nichtwähler -.5801). Die positive Markierung der Diskriminanzfunktion läßt auf Wähler, die negative Markierung auf Nichtwähler schließen.
Die Leitvariablen auf dieser Diskriminanzfunktion sind:

Nutzung lokaler/regionaler Information im Hörfunk	.7414
Lokale politische Vorgänge und elektronische Medien	.4624
Fernsehen als politisches Medium	.4581
Nutzung politischer Informationen im Hörfunk	.4257
Hörfunk als politisches Medium	.3656
Nutzung unterhaltender Informationen in der Tageszeitung	-.2821
Medien helfen zur Überwindung von Einsamkeit	-.2969
Nutzung von Unterhaltung im Hörfunk	-.3594
Medien tragen zum Lebensgenuß bei	-.4184

Diejenigen Jugendlichen, die die Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen in sehr starkem Maße unter dem Aspekt ihrer Privatheit benutzen, zeigen auch in ihrem politischen Verhalten eine Abgrenzung ihres Privatbereiches, sie ge-

hören zu den Nichtwählern.
Demgegenüber zeigen die jugendlichen Wähler ein Kommunikationsverhalten, das sich vor allem in der Verknüpfung politischer Inhalte mit weniger eingefahrenen Kommunikationswegen äußert: Nutzung elektronischer Medien auch für lokale politische Informationen und generell die Nutzung elektronischer Medien für politische Inhalte. Die Zuwendung an politische Inhalte der Tageszeitung diskriminiert die Jugendlichen nicht nach ihrem Wahlverhalten. Bei der Interpretation dieser Ergebnisse ist jedoch Vorsicht geboten. Das verbale Verhalten in Interviews ist nicht notwendigerweise mit dem tatsächlichen Verhalten identisch. Wenn sich zwischen Wählern und Nichtwählern kein Unterschied in deren Angaben zur Nutzung politischer Informationen der Tageszeitung zeigt, so kann das auch heißen, daß die Assoziation von Tageszeitung und politischer Information allzu offensichtlich ist. Dasselbe gilt auch für die Assoziation von Tageszeitung und lokaler Information. Wird das Ergebnis der Diskriminanzanalyse unter diesem Aspekt betrachtet, so läßt sich vermuten, daß die Norm des "politisch Informiertseins" auch unter den Nichtwählern vertreten ist bzw. daß diese Norm unabhängig vom aktuellen Verhalten ausgeprägt ist. Andererseits zeigt aber auch die Unabhängigkeit des Wahlverhaltens von den politischen Einstellungen, daß man nicht davon ausgehen kann, daß Wähler "politisch" und Nichtwähler "unpolitisch" sind. Die Bestimmungsfaktoren für das Wahlverhalten von Jugendlichen müssen in anderen statistischen Analysen weiter verfolgt werden.

Zu diesem Zweck wurde ein Regressionsmodell für das Wahlverhalten formuliert und anhand der Daten überprüft.

B) Regressionsmodell zur Bestimmung von Determinanten des Wahlverhaltens von Jugendlichen (82)

Das Modell für die Erklärung unterschiedlichen Wahlverhaltens (Wählen vs. Nichtwählen) wird sukzessiv erweitert. Es formuliert als Anfangsschätzung das Theorem, daß das Wahlverhalten der Jugendlichen durch deren soziale Situation bedingt sei, die als bildungs- und geschlechtsspezifisch determiniert begriffen wird. (83) Diese Anfangsschätzung wird sukzessive durch Hinzunahme weiterer potentieller Einflußfaktoren erweitert: durch politische Einstellungen (84), durch Einstellungen gegenüber Massenmedien und durch die medienspezifische Nutzung massenmedialer Inhalte. Bei jedem additiven Schritt entsteht so ein neuer Satz von Prädiktorvariablen als multivariate Einheit, in der die Variablen untereinander auspartialisiert sind. Damit zeigt sich, inwiefern jeder einzelne additive Schritt zur Bestimmung der Zielvariablen (Wahlverhalten) beiträgt.

Schließlich wird aus dem so erhaltenen vollen Satz von Prädiktorvariablen eine optimale Regressionsgleichung bestimmt, in der diejenigen Variablen, die nicht zur Erklärung des Wahlverhaltens beitragen, (schrittweise rückwärts) eleminiert werden. Die Regressionsgleichung gibt dann in den standardisierten multiplen Regressionskoeffizienten (BETA) die direkten Beiträge einzelner Variablen des Modells für die Erklärung des Wahlverhaltens der Jugendlichen an.

Erklärung des Wahlverhaltens jugendlicher Wähler

Die Anfangsschätzung durch die bildungs- und geschlechtsspezifische soziale Situation erklärt das Wahlverhalten überhaupt nicht, was auch aufgrund der Quotierung der Stichprobe zu erwarten war (vgl. Tabelle 37). (85)
Wenn aber politische Einstellungen zusammen mit der sozialen Situation betrachtet werden, so zeigt sich schon

eine tendenzielle Zunahme an erklärter Varianz.
Eine signifikante Erklärung der Variation des Wahlverhaltens von Jugendlichen wird aber erst erreicht, wenn eine Linearkombination aus der sozialen Situation, den politischen Einstellungen und den Einstellungen gegenüber Massenmedien gebildet wird. Die Erklärung des Wahlverhaltens wird noch wesentlich verbessert, wenn in diese Linearkombination die Nutzung massenmedialer Inhalte in verschiedenen tagesaktuellen Medien aufgenommen wird. Das - nach Schätzfehlern justierte - multiple Bestimmtheitsmaß zeigt, daß mit dieser Linearkombination schließlich mindestens 13 % der Variation im Wahlverhalten erklärt wird (maximal 24 % bei nicht justiertem multiplen Bestimmtheitsmaß).

Schlußfolgerung:

- Während bei der Betrachtung einzelner Variablen keine oder nur wenig Variation des Wahlverhaltens erklärt wird, erklären multivariate Beziehungen durchaus das Wahlverhalten von Jugendlichen. Das zeigt, daß bei vielen Phänomenen komplexere Analysen erforderlich sind, um soziales Verhalten zu erfassen. (Insbesondere trifft dies auf Kommunikationsprozesse zu.)
- Im konkreten Fall des Wahlverhaltens von Jugendlichen zeigt sich, daß erst in der Betrachtung von sozialer Situation, politischer Einstellung und kommunikativem Verhalten Konturen des politischen Verhaltens erklärt werden. Erst dann zeigt sich, daß "Wählen" oder "Nichtwählen" kein zufälliges, sondern ein sinnhaftes Verhalten darstellt.
- Der Umschlag in der Erklärungskraft des Modells bei Einbeziehung von "Einstellungen gegenüber Massenmedien" darf aber nicht zu der Interpretation führen, daß die Einschätzung des medialen Gratifikationspotentials für sich so stark "wirksam" sei (McLEOD/BECKER 1974, S.152f); die Gratifikation ist nutzungs-

abhängig und wird durch die Reihenfolge im Modell betont (vgl. S. 303). Bei vorsichtiger Interpretation bedeutet dieses Ergebnis, daß das Wahlverhalten erklärt wird, wenn kommunikatives Verhalten zur sozialen Situation und zu den politischen Einstellungen hinzutritt.

Das Problem der Reihenfolge der Variablen im Modell wird wieder aufgehoben, wenn aus dem erhaltenen vollen Modell diejenigen Variablen, die nicht zur Erklärung beitragen, rückwärts eliminiert werden - also wenn die erhaltene Regressionsgleichung optimiert und der verbleibende Variablensatz auspartialisiert wird. (Vgl. Tabelle 38; Wähler: "+", Nichtwähler "-")

Das Wahlverhalten von Jugendlichen stellt nach dieser Analyse - die auf Linearitätsunterstellungen beruht - folgenden Sinnzusammenhang dar:

- diejenigen Jugendlichen, die vor allem im Hörfunk politischen Informationen aus dem Weg gehen und den Hörfunk fast ausschließlich zur Unterhaltung nutzen, gehören am ehesten zu den Nichtwählern. Mit diesem Verhalten ist eine stark ausgeprägte unpolitische Haltung verbunden;
- andererseits zeigt sich aber auch eine Tendenz, die sehr stark politisierte Jugendliche - die die Massenmedien unter dem Aspekt des politischen Meinungsvergleichs sehen, die die Tageszeitung als politisches Medium betrachten und auch nutzen - als Nichtwähler ausweist;
- zwar hängt das Geschlechtskriterium "weiblich" mit "Nichtwählen" zusammen, das Wahlverhalten ist aber bildungsunabhängig;
- es gibt offensichtlich auch einen Teil von Jugendlichen, die zwar eine hohe Schulbildung und eine hohe Zuwendung

TABELLE 37: REGRESSIONSMODELL FÜR DAS WAHLVERHALTEN VON JUGENDLICHEN

Abhängige Variable "Wahlverhalten": Wähler vs. Nichtwähler
Vorhersage aus: soziale Situation, Politische Einstellungen und Informationsabsichten, Einstellungen gegenüber Massenmedien (Gratifikationspotential der Medien) und Nutzung massenmedialer Inhalte in einzelnen Medien

Schrittweises Hinzunehmen von Variablenblöcken in die Liste der unabhängigen Variablen

Analyseschritt	R Quadrat	R^2_{just}	Signifikanz
Anfangsschätzung: SOZIALE SITUATION Bildung und Geschlecht als unabhängige Variable	.0076	-.0049	.544
1. additiver Schritt Hinzufügen von politischen Einstellungen und inhaltlicher Nutzung			
Kanonische Variable für politische Einstellungen im maximalen Zusammenhang mit inhaltlicher Nutzung	.0388	.0205	.101
2. Schritt: Hinzufügen von Einstellungen gegenüber Massenmedien (Gratifikationspotential) im politischen Bereich	.1261	.0802	.007
3. Schritt: Hinzufügen von Nutzung massenmedialer Inhalte in einzelnen Medien	.2433	.1290	.005

ERLÄUTERUNGEN ZUR TABELLE:

R Quadrat: Quadrat des multiplen Regressionskoeffizienten bezeichnet den Anteil der durch die unabhängigen Variablen zusammen erklärten Varianz der abhängigen Variable

R^2_{just} : ist ein konservativeres Maß für die erklärte Varianz der abhängigen Variable
R^2 wird nach der Anzahl der unabhängigen Variablen in der Schätzgleichung und nach der betrachteten Fallzahl justiert (vgl. THEIL, 1971, S. 178)

Signifikanz : Testergebnis für "goodness of fit" der Regressionsgleichung Irrtumswahrscheinlichkeit für die "Reproduktion" der Varianz in der abhängigen Variablen durch die Regression der unabhängigen Variablen

TABELLE 38: REGRESSION DER VARIABLEN DES REGRESSIONSMODELLS AUF DAS WAHLVERHALTEN VON JUGENDLICHEN

Der volle Satz der Variablen zu den Variablendimensionen Soziale Situation/Politische Einstellungen/Einstellungen gegenüber Massenmedien/ Nutzung massenmedialer Inhalte in einzelnen Medien wurde als Satz unabhängiger Variable eingesetzt und in einer schrittweisen multiplen Regression wurden diejenigen Variablen entfernt, die zur Erklärung nicht beitragen.

unabhängige Variable in der Regressionsgleichung	standardisierter multipler Regressionskoeffizient
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Hörfunks	.280
Politische Einstellungen (kanonische Variable für die politischen Einstellungen im maximalen Zusammenhang mit der Nutzung von Inhalten)	.266
Fernsehen als politisches Medium	.219
Nutzung politischer Inhalte des Hörfunks	.206
Hörfunk als politisches Medium	.132
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung	-.119
Geschlecht	-.137
Tageszeitung als politisches Medium	-.139
Politischer Meinungsvergleich und Massenmedien	-.166
Nutzung von unterhaltenden Inhalten des Hörfunks	-.194

ERLÄUTERUNGEN ZUR TABELLE:

In dieser Tabelle wurden nur diejenigen Koeffizienten angegeben, die einen größeren Wert als .10 annehmen.
Aus der Regressionsgleichung wurde von allen Variablen nur die "Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Fernsehens" eliminiert.
Die Regressionsgleichung ist mit p=.003 signifikant.
Multipler Regressionkoeffizient R=.493
R^2=.243 (justiert: .135)
Die standardisierten multiplen Regressionskoeffizienten (BETA) bezeichnen die direkten (auspartialisierten) Zusammenhänge zwischen der jeweiligen unabhängigen Variablen und dem Wahlverhalten als abhängige Variable

zu politischen Inhalten der Massenmedien aufweisen, bei denen diese Merkmale aber nicht zu einem aktiven Wahlverhalten führen (86).

2.2.3.4 Resümee zu den Zusammenhängen von politischem und kommunikativem Verhalten bei Jugendlichen

- Politische Einstellungen korrespondieren mit Strategien der Informationssuche und -vermeidung:
  Politisches Engagement korrespondiert mit der Suche nach politischen Inhalten der Massenmedien, eine "unpolitische Haltung" dagegen mit der Suche nach Unterhaltung und der Vermeidung politischer Inhalte.
- Diesen Strategien entsprechend werden auch die tagesaktuellen Medien wahrgenommen. Während bei einem stark ausgeprägten "Politischen Engagement" die Tageszeitung hochsignifikant als "politisches Medium" betrachtet wird, ist das politische Image der Tageszeitung bei einer anti-politischen Einstellung hochsignifikant und bei einer unpolitischen Haltung signifikant niedriger. Das politische Image von Hörfunk und Fernsehen ist jedoch indifferent gegenüber politischen Einstellungen.
  Im privaten Relevanzbereich korrespondieren die Mediaimages ausschließlich mit der "unpolitischen Haltung", und zwar in der Auffassung, die tagesaktuellen Medien könnten zum Lebensgenuß beitragen, und in der Betrachtung der Tageszeitung und des Hörfunks als "privates Medium".
- Zwischen politischem und kommunikativem Verhalten ergeben sich folgende sinnhafte Bezüge:
  - eine stark ausgeprägte "Privatheitsorientierung" und schwach ausgeprägte "öffentliche Teilhabe" korrespondiert mit einer stark ausgeprägten "unpolitischen Haltung" und mit schwachem "politischen Engagement".

- Bei einer sehr starken unpolitischen Haltung und einer starken antipolitischen Einstellung ist eine Interpretation der Medien im Rahmen privater Anliegen bei gleichzeitiger Ausblendung öffentlich-politischer Aspekte festzustellen. Dies gilt aber nicht im gleichen Ausmaß für das entgegengesetzte Syndrom "Politisches Engagement und politische Linksorientierung". Bei diesem Syndrom liegt keine ausschließliche Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien im Rahmen öffentlich-politischer Anliegen vor: die Medien werden auch unter den Aspekten der Unterhaltungsfunktion interpretiert. Die Hauptdifferenz in beiden Sinnsyndromen liegt also in der negativen Selektion der "politischen Funktionen" von Medien bei einer stark ausgeprägten unpolitischen Haltung.
- Diese Zusammenhänge setzen sich stringent in der Nutzung massenmedialer Inhalte fort: die Nutzung politischer Inhalte und Nicht-Nutzung von Unterhaltung hängt in der Stichprobe mit einer politischen (Links-)Orientierung und der Ablehnung der "unpolitischen Haltung" zusammen.
- Wer subjektiv die "öffentliche Teilhabe" stark betont, betrachtet die Tageszeitung als politisches Medium, weniger deutlich - aber ebenfalls stark - das Fernsehen, hält elektronische Medien für Informationen über lokale politische Vorgänge für wichtig und betrachtet das Fernsehen weniger als Medium der Privatheit. Wer dagegen subjektiv die "Privatheit" sehr stark in den Vordergrund stellt, sieht den Gebrauchswert der tagesaktuellen Massenmedien (Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen) vor allem in der Möglichkeit, Einsamkeit zu überwinden, betrachtet v.a. den Hörfunk, aber auch - weniger stark - das Fernsehen, als Medium der Privatheit.

- Wer in der Nutzung massenmedialer Inhalte vorrangig auf die Nutzung politischer Inhalte ausgerichtet ist, und kaum Unterhaltung nutzt, für denjenigen weist nur die Tageszeitung ein politisches Image auf, für denjenigen sind die Massenmedien wichtig zum Vergleich seiner politischen Meinung; derjenige erfährt Tageszeitung und Fernsehen (etwas weniger den Hörfunk) nicht als Medium der Privatheit.
- Die empirischen Beziehungen zeigen in der Stichprobe eine hohe Interdependenz zwischen kommunikationsrelevanten Absichten, politischen Einstellungen und der Nutzung massenmedialer Inhalte. Die Bewertung medialer Gratifikationspotentiale erscheint aber als von allen anderen Faktoren abhängig.

o Das Wahlverhalten der Jugendlichen kann weder durch einzelne politische Einstellungen, noch durch einzelne kommunikative Variable befriedigend unterschieden werden: Wähler interessieren sich weder stärker als Nichtwähler für politische Vorgänge, noch wenden sie sich eher als diese politischen Inhalten der Massenmedien zu; Wähler haben weder ein höheres politisches Engagement, noch eine niedrigere unpolitische Haltung als ihre Altersgenossen, die nicht gewählt haben. Wähler unterscheiden sich zwar von Nichtwählern in ihrem Kommunikationsverhalten, diese Unterschiede sind aber nicht direkt mit politischen Inhalten verknüpft.
Erst wenn die soziale Situation, die politischen Einstellungen und das Kommunikationsverhalten der Jugendlichen zusammen betrachtet werden, lassen sich Wähler und Nichtwähler signifikant und theoretisch sinnvoll unterscheiden.

o Das Wahlverhalten der Jugendlichen stellt nach der vorliegenden Analyse folgenden Sinnzusammenhang dar:
- diejenigen Jugendlichen, die vor allem im Hörfunk politischen Informationen aus dem Weg gehen und

den Hörfunk fast ausschließlich zur Unterhaltung nutzen, gehören am ehesten zu den Nichtwählern. Mit diesem Verhalten ist auch eine stark ausgeprägte unpolitische Haltung verbunden;
- andererseits zeigt sich aber auch eine Tendenz, die sehr stark politisierte Jugendliche - die die Massenmedien unter dem Aspekt politischen Meinungsvergleichs-sehen, die die Tageszeitung als politisches Medium betrachten und auch nutzen - als Nichtwähler ausweist;
- zwar hängt das Geschlechtskriterium "weiblich" mit "Nichtwählen" zusammen, das Wahlverhalten ist aber bildungsunabhängig.
- Es gibt offensichtlich auch Jugendliche, die zwar eine hohe Schulbildung und eine hohe Zuwendung zu politischen Inhalten der Massenmedien aufweisen, bei denen diese Merkmale aber nicht zu einem aktiven Wahlverhalten führen.

2.2.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?"

Mit dieser Analysefragestellung soll überprüft werden, inwiefern die erhaltenen Variablenbeziehungen an konkreten Personengruppen identifiziert werden können. Die Analyse dieser Fragestellung wurde mit derselben Methode wie in der Sekundäranalyse der Daten zur Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen betrieben (vgl. S. 197f). Für die vorliegende Stichprobe - die im Alterskriterium homogen ist - wurde eine Clusteranalyse nach den Variablen der inhaltlichen Nutzung der tagesaktuellen Medien gerechnet. Der Verlauf des Zuwachses an Homogenität (siehe Grafik im Anhang) weist die Vier-Cluster-Lösung als geeignet aus:

die Heterogenität in den Gruppen beträgt dann ca. 40 % und zwischen den Gruppen 60 % der Variation der Nutzung tagesaktueller Medien. Diese Clusterlösung wurde durch Diskriminanzanalysen evaluiert, wobei die Clusterzugehörigkeit als Kriteriumsvariable eingesetzt und deren Trennfunktionen in verschiedenen Diskriminanzräumen betrachtet wurde.

Evaluation der Clusterlösung: Die aus den typenkonstituierenden Variablen durchgeführte Analyse ergab zwei signifikante Trennfunktionen; es werden also nur drei Gruppen eindeutig unterschieden. Die erste Trennfunktion unterscheidet die ersten beiden Gruppen von den letzten beiden; die zweite Trennfunktion unterscheidet zwischen der ersten und der zweiten Clustergruppe. In der dritten - nicht signifikanten - Trennfunktion wird zwischen der dritten und vierten Clustergruppe unterschieden. Entsprechend der Schwierigkeit, zwischen den letzten beiden Clustergruppen zu trennen, prognostiziert die Diskriminanzanalyse nur 57 % richtige Zuordnungen. Eine dementsprechend reduzierte Diskriminanzanalyse zwischen den ersten beiden und den letzten beiden Clustergruppen liefert eine Prognoserate von 85 % richtiger Zuordnungen. Es ist also festzustellen, daß zwischen den letzten beiden Clustergruppen nur partielle Unterschiede in der Medianutzung festzustellen sind (dies wird in Grafik im Anhang verdeutlicht). Ich habe mich aber dennoch für die Beibehaltung dieser Clusterlösung entschieden, um die Differenzierungen im Kommunikationsverhalten soweit wie möglich erfassen zu können. (Die Berechtigung dafür zeigt sich dann im Zusammenhang mit dem Wahlverhalten.) Wenn der zweite Diskriminanzraum, der auch Einstellungen gegenüber Massenmedien und politische Einstellungen einschließt, betrachtet wird, dann ergibt sich eine hochsignifikante Trennfunktion, die die ersten beiden Gruppen von den letzten beiden trennt. Als Extremgruppen treten dabei die erste und die dritte Gruppe hervor, die sich v.a. in der Mediaeinstellung unterscheiden.

Die Clusterlösung, die im folgenden interpretiert wird, trennt hauptsächlich zwei Typengruppen (Typ 1 und Typ 2 vs. Typ 3 und Typ 4), der Unterschied zwischen Typ 3 und Typ 4 ist im Medianutzungsverhalten nicht groß, aber im Zusammenhang mit Mediaeinstellungen und politischen Einstellungen doch bedeutsam.

Die inhaltliche Bestimmung der einzelnen Cluster als Medianutzungstypen erfolgt über die Reaktion auf die typenkonstituierenden Variablen zum Medianutzungsverhalten (vgl. Tabelle 39).

Der Medianutzungtyp 1 (10,6 % der Stichprobe) ist ein "Medienabstinenzler". Im hochsignifikanten Gegensatz zu allen anderen Medianutzungstypen weist er eine unterdurchschnittliche Intensität in der Nutzung tagesaktueller Medien auf. Dementsprechend ist auch die medienabhängige Nutzung aller massenmedialen Inhalte bei diesem Typ unterdurchschnittlich ausgeprägt. Dieser Medianutzungstyp ist unterdurchschnittlich an "öffentlicher Teilhabe" interessiert und weist ein niedriges "politisches Engagement" auf. In der politischen Orientierung ist dieser Typ weniger linksorientiert (bei der höchsten Standardabweichung) als der Stichprobendurchschnitt. In der Mediaeinstellung ist bei diesem Typ die geringste Zuschreibung politischer Funktionen für die Tageszeitung und den Hörfunk festzustellen (vgl. Tabelle 41).

In der Reaktion auf die kanonischen Variablen der Einstellung gegenüber Massenmedien zeigt sich, daß der Medianutzungstyp 1 ("Medienabstinenzler") die tagesaktuellen Medien am stärksten unter dem Aspekt der Privatheit betrachtet (vgl. Tabelle 39) und dabei besonders die tagesaktuellen Medien in Bezug auf Lebensgenuß und Überwindung von Einsamkeit - speziell den Hörfunk für Privatheit - funktionalisiert (vgl. Tabelle 41).

88 % dieses Medianutzungstyps haben kein Abitur, aber

obwohl in diesem Typ im Vergleich zu den anderen Medianutzungstypen eine niedrige formale Bildung hervortritt, kann nicht von einem eindeutigen "Volksschultyp" geredet werden (vgl. Tabelle 40).

Der Medianutzungstyp 2 (18,6 %) ist ein durchschnittlicher Nutzer der tagesaktuellen Medien, er nutzt diese Medien gleichstark wie Typ 3 und Typ 4. Es ist aber für diesen Medianutzungstyp bezeichnend, daß er vorwiegend unterhaltende Inhalte nutzt (vgl. Tabelle 39; typenimmanent): Er nutzt signifikant häufiger als alle anderen Medianutzungstypen unterhaltende Inhalte der Tageszeitung. Während er das Fernsehen durchschnittlich nutzt, wendet er sich jedoch den unterhaltenden Inhalten des Fernsehens überdurchschnittlich zu.
Medienunabhängig betrachtet fällt die durchschnittliche Nutzung unterhaltender Inhalte bei gleichzeitig unterdurchschnittlicher Nutzung aller anderen Inhaltskategorien auf. Insofern kann dieser Medianutzungstyp als "Unterhaltungsnutzer" bezeichnet werden.
In der Mediaeinstellung (vgl. Tabelle 41) verhält sich dieser Medianutzungstyp wie der Medianutzungstyp 1 ("Medienabstinenzler"): er funktionalisiert die tagesaktuellen Medien vorwiegend im privaten Bereich und schreibt der Tageszeitung und dem Hörfunk weniger stark politische Funktionen zu. Im Unterschied zum Medianutzungstyp 1 drückt sich diese Mediaeinstellung aber deutlicher im Medianutzungsverhalten aus. Dieser "Unterhaltungsnutzer" weist die stärkste "unpolitische Haltung" von allen Medianutzungstypen auf.
Typenimmanent liegt der Schwerpunkt der formalen Bildung dieses Typs auf dem Hauptschulabschluß, es sind aber alle Bildungsgruppen in diesem Medianutzungstyp vertreten (vgl. Tabelle 40).

TABELLE 39: BESTIMMUNGEN DER MEDIANUTZUNGSTYPEN

VARIANZANALYTISCHE ÜBERPRÜFUNG DER TYPEN

Typenkonstituierende Kriterien	N:	Typ1 17	Typ2 3o	Typ3 45	Typ4 69	Sig
Nutzungsintensität(3 Medien)		-	o	o	o	.00
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung		-	o	+	o	.00
Nutzung kultureller Inhalte der Tageszeitung		-	o	+	o	.00
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte der Tageszeitung		-	-	+	+	.00
Nutzung unterhaltender Inhalte der Tageszeitung		-	+	o	o	.01
Nutzung politischer Inhalte des Hörfunks		-	o	+	o	.00
Nutzung kultureller Inhalte des Hörfunks		--	-	++	+	.00
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Hörfunks		-	o	+	+	.00
Nutzung unterhaltender Inhalte des Hörfunks		-	o	o	o	.00
Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens		-	-	+	o	.00
Nutzung kultureller Inhalte des Fernsehens		-	-	+	+	.00
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Fernsehens		-	-	+	+	.00
Nutzung unterhaltender Inhalte des Fernsehens		-	o	o	+	.05
Politische Einstellungen und Allgemeine Einstellungen:						
Politische Orientierung ("Links")		-	-	+	o	.00
Unpolitische Haltung		o	++	--	o	.03
Politisches Engagement		-	o	o	o	.04
Politik als Störfaktor						.37
Öffentliche Teilhabe		--	-	+	o	.00
Privatheit						.48
Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte (redundand):						
Nutzung politischer Inhalte		--	-	++	+	.00
Nutzung kultureller Inhalte		--	-	++	+	.00
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte		-	-	+	+	.00
Nutzung unterhaltender Inhalte		--	o	o	o	.00

TABELLE 40: MEDIANUTZUNGSTYPEN UND SOZIODEMOGRAFISCHE CHARAKTERISTIKA

Von den hier beobachteten Sozialdaten (Geschlecht, Alter, Bildung und Berufstätigkeit) ist nur für "Bildung" und "Berufstätigkeit" ein Einfluß auf die Gruppierung zu Medianutzungstypen festzustellen. In der hier festgelegten Altersgruppe (Jugendliche zwischen 18 und 22 Jahren) ist die Berufstätigkeit von der formalen Schulbildung abhängig. Um Fehlinterpretationen vorzubeugen, wird nur die Tabelle für "Bildung" angegeben.

Medianutzungstypen nach Schulbildung

Schulbildung	Medianutzungstypen Typ1	Typ2	Typ3	Typ4	Gesamt
Hauptschule ohne Lehre	1	2	-	2	5
	20%	40%		40%	100%
	6%	7%		3%	3%
Hauptschule mit Lehre	7	15	7	24	53
	13%	28%	13%	45%	100%
	41%	50%	16%	35%	33%
Mittlere Reife u.ä.	7	4	13	30	54
	13%	7%	24%	56%	100%
	41%	13%	29%	44%	34%
Abitur ohne Studium	-	6	8	7	21
		29%	38%	33%	100%
		20%	18%	10%	13%
Abitur mit Studium	2	3	17	6	28
	7%	11%	61%	21%	100%
	12%	10%	38%	9%	17%
GESAMT	17	30	45	69	161
	11%	19%	28%	43%	100%
	100%	100%	100%	100%	

CHI-Quadrat: 36.08 Freiheitsgrade: 12
Signifikanz: .000

TABELLE 41 :

Medianutzungstypen und Einstellungen gegenüber Massenmedien

Varianzanalyse der Einstellungen gegenüber Massenmedien nach einer Gruppierung der Medianutzungstypen

Mediaeinstellungen	Medianutzungstypen				
	Typ1	Typ2	Typ3	Typ4	Sig
N :	17	3o	45	69	
Tageszeitung als politisches Medium	--	-	+	o	.oo
Hörfunk als politisches Medium	--	-	+	o	.oo
Fernsehen als polit. Medium					.09
Lokale polit. Vorgänge und elektronische Medien					.15
Politischer Meinungsvergleich und Massenmedien					.67
Fernsehen als Medium der Privatheit					.4o
Lebensgenuß und Massenmedien					.71
Hörfunk als Medium der Privatheit					.86
Einsamkeit und Massenmedien					.47
Tageszeitung als Medium der Privatheit					.97
Kanonische Variablen für Einstellungen gegenüber Massenmedien (+)					
- mit Allgemeinen Einstellungen (1. kanon.Variable;2. Satz)	--	--	++	o	.oo
- mit Nutzung massenmedialer Inhalte (1. kanon.Var.;2.Satz)	++	+	--	o	.oo
- mit politischen Einstellungen (1. kanon.Var.;2.Satz)	-	--	++	o	.oo

(+) : Zur inhaltlichen Bestimmung der Kanonischen Variablen vgl. jeweils die Koeffizienten der Kanonischen Variablen für den Variablensatz "Einstellungen gegenüber Massenmedien" in den Tabellen der entsprechender kanonischen Analyse

Der Medianutzungstyp 3 (28 %) ist ein stark überdurchschnittlicher Nutzer politischer und kultureller Inhalte der tagesaktuellen Medien. Dieser Medianutzungstyp hat die signifikant stärkste Ausprägung einer "öffentlichen Teilhabe" und einer politischen Links-Orientierung. Die unpolitische Haltung ist bei diesem Typ am geringsten ausgeprägt. In den Mediaeinstellungen sieht der Medianutzungstyp 3 Tageszeitung und Hörfunk im überdurchschnittlichen Ausmaß als "politische Medien". Er betont die politischen Funktionen aller tagesaktuellen Medien und lehnt speziell den Gebrauchswert der tagesaktuellen Medien für Privatheit (Lebensgenuß und Überwindung von Einsamkeit) als inadäquat ab (vgl. Tabelle 41).
Dieser Medianutzungstyp hat die höchste formale Schulbildung; er ist in der Gruppe der Studenten am stärksten vertreten (vgl. Tabelle 40).

Der Medianutzungstyp 4 (42,9 %) unterscheidet sich in der Nutzung der tagesaktuellen Medien insgesamt nur graduell vom Medianutzungstyp 3 (siehe Evaluation durch Diskriminanzanalyse). Er nutzt weniger stark als Typ 3 politische Inhalte der tagesaktuellen Medien, dafür aber stärker Unterhaltung im Fernsehen. Von allen Medianutzungstypen ist Typ 4 der stärkste Nutzer von Fernsehunterhaltung - allerdings bei gleichzeitig durchschnittlicher Nutzung sonstiger Inhalte der tagesaktuellen Medien (vgl. Tabelle 39).
Im Einstellungsbereich markiert dieser Medianutzungstyp den Durchschnitt (vgl. Tabelle 39 und 41).
In diesem Typ finden sich nur rund 20 % Abiturienten, d.h. die Medianutzungstpyen 3 und 4 unterscheiden sich in der Schulbildung, aber weniger deutlich in der Medianutzung.

Die Charakterisierung der einzelnen Medianutzungstpyen wird in Übersicht 24 noch einmal zusammengefaßt.

ÜBERSICHT 24: CHARAKTERISTIKA DER MEDIANUTZUNGSTYPEN BEI JUGENDLICHEN

Stichprobe: potentielle Erstwähler bei der Bundestagswahl 1976

N = 161

MEDIANUTZUNGSTYP	CHARAKTERISIERUNG
Typ 1 (10,6%)	"MEDIENABSTINENZLER"
	unterdurchschnittlich: -Intensität der Nutzung tagesaktueller Medien -Nutzung aller Inhalte -Öffentliche Teilhabe -politisches Engagement -politische Funktionszuschreibung für Tageszeitung und Hörfunk
	überdurchschnittlich: -Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien für "Privatheit" -niedrige formale Bildung
Typ 2 (18,6%)	"UNTERHALTUNGSNUTZER"
	unterdurchschnittlich: -Nutzung nichtunterhaltender Inhalte -Öffentliche Teilhabe -politische Funktionszuschreibung für Tageszeitung und Hörfunk
	überdurchschnittlich : -Nutzung unterhaltender Inhalte der Tageszeitung -Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien für "Privatheit" -unpolitische Haltung -Hauptschulabschluß
Typ 3 (28%)	"STARKER NUTZER POLITISCHER INHALTE"
	unterdurchschnittlich: -unpolitische Haltung -Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien für "Privatheit"
	überdurchschnittlich : -Nutzung politischer und informativer Inhalte bei durchschnittlicher Unterhaltungsnutzung -Öffentliche Teilhabe -politische Linksorientierung -politische Funktionszuschreibung für Tageszeitung und Hörfunk -Abitur mit Studium
Typ 4 (43%)	"DURCHSCHNITTLICHER NUTZER INFORMATIVER INHALTE"
	Im Vergleich mit Typ 3: -schwächere Nutzung politischer Inhalte -schwächere "Linksorientierung" -schwächere "Öffentliche Teilhabe" -breit gestreute Schulbildung mit Schwerpunkt auf "Mittlere Reife"
	Überdurchschnittlich : -Nutzung von Unterhaltung im Fernsehen

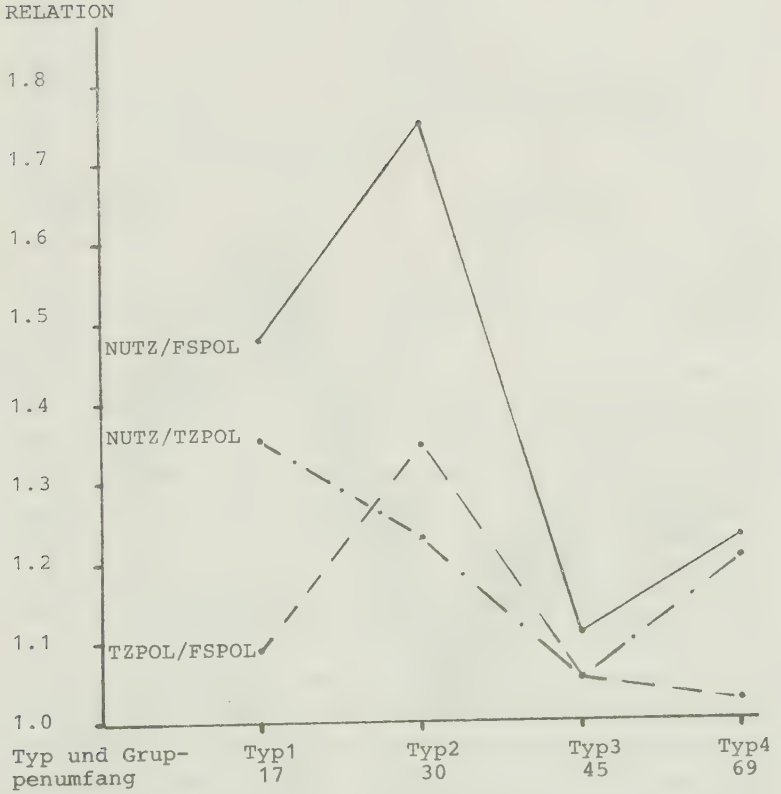
Diskussion der Medianutzungstypen

Die vorliegende Stichprobe bezieht sich auf Jugendliche im Alter zwischen 18 und 22 Jahren. Für diese Altersgruppe ist bezeichnend, daß sie in Altersklassifikationen doppelt erscheint: einmal unter "Jugendliche", zum anderen unter "frühes Erwachsenenalter" (so z.B. BERGLER 1966, S.66). In diesem "frühen Erwachsenenalter" wird eine Umstrukturierung stereotyper Systeme gesehen, die sich v.a. in der Einstellung zur Umwelt und in der Sozialaktivität ausdrückt (BERGLER 1966, S.73). Jugendliche sind einerseits noch sehr stark mit sich selbst beschäftigt, wenden sich aber zunehmend ihrer sozialen Umgebung zu und werden in diese durch Übernahme sozialer Rollen immer mehr verstrickt. Die Verlaufsgestalten von Sozialaktivitäten im Lebensalter zeigen gerade im Bereich der Massenkommunikation deutliche altersspezifische Prägungen. Die Nutzung von Massenmedien weist intensitäts- und qualitätsmäßige Veränderungen im Lebensablauf auf (PRESSEY/KUHLEN 1957; BERGLER 1966, S.56ff). Jugendliche zeigen in ihren Ansprüchen gegenüber Massenmedien deutliche Unterhaltungsorientierungen (INFRATEST 1975; B.FRANK 1975). In dem hier vorliegenden Zusammenhang interessiert, inwiefern in dieser kritischen Altersphase, in der der Jugendliche quasi aus seiner Privatbezogenheit - die ja durch die vorhergehende Identitätsfindung bedingt war - heraustritt und sich öffentlichen Belangen zuwendet. Dabei ist von Interesse, inwiefern "Politik" als Thema akzeptiert wird, nachdem den Jugendlichen politische Rollen als Wähler zuerkannt bzw. auferlegt wurden.
Die Medianutzungstypologie, die hier erhalten wurde, verweist deutlich auf eine Trennung von Jugendlichen, die "Politik" als Thema akzeptieren (Typ 3 und Typ 4) und solchen, für die "Politik" kein oder noch kein akzeptables Thema ist (Typ 1 und Typ 2). Wenn man die Akzeptanz des Themas "Politik" in der Nutzung von Massenmedien ver-

folgt, so wird dieser qualitative Aspekt von der jeweiligen Intensität der Zuwendung zu Massenmedien überlagert. Darum soll die Zuwendung zu politischen Inhalten für die Medianutzungstypen im Verhältnis zur jeweiligen Intensität der Nutzung tagesaktueller Medien betrachtet werden (vgl. Grafik 25). Die Nutzung von tagesaktuellen Medien wird bei dem Medianutzungstyp 3 eindeutig durch die Nutzung politischer Inhalte geprägt, etwas weniger bei dem Medianutzungstyp 4. Für beide Medianutzungstypen gilt, daß sie politische Inhalte zwar eher in der Tageszeitung, aber fast ebensosehr im Fernsehen nutzen. Bei den beiden anderen Medianutzungstypen spielt die Nutzung politischer Inhalte im Verhältnis zur Nutzungsintensität eine deutlich geringere Rolle. Auch der Typ 1 "Medienabstinenzler" zeigt bei geringer Zuwendung zu tagesaktuellen Medien eine noch geringere Relevanzeinschätzung für politische Inhalte. Der Medianutzungstyp 2 "Unterhaltungsnutzer" weist eine besonders deutliche Differenzierung der Nutzung politischer Inhalte zwischen den Medien "Tageszeitung" und "Fernsehen" auf. In beiden Medien spielt die Nutzung politischer Inhalte für diesen Medianutzungstypus im Verhältnis zur Intensität der Nutzung tagesaktueller Medien eine geringe Rolle. Das Fernsehen ist bei diesem Typus aber im Nutzungsmuster für politische Inhalte völlig irrelevant.

Für beide Medien - Tageszeitung und Fernsehen - ist in der Zuwendung das Verhältnis der Nutzung politischer Inhalte zur Nutzung unterhaltender Inhalte von Interesse (vgl. Grafik 26). In dieser Betrachtung zeigen sich eindeutige Funktionalisierungen der tagesaktuellen Medien. Unabhängig vom Medium funktionalisiert der Medianutzungstyp 2 die tagesaktuellen Medien für Unterhaltung, der Medianutzungstyp 3 dagegen für politische Information. (Der Hörfunk wurde nicht betrachtet, weil er für die Jugendlichen eindeutig ein Unterhaltungsmedium darstellt.)

GRAFIK 25: Darstellung der Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens und der Tageszeitung im Verhältnis zur Nutzungsintensität der drei Medien Tageszeitung/Hörfunk/Fernsehen
(waagrecht: Medianutzungstypen;
senkrecht: Verhältnismaße)

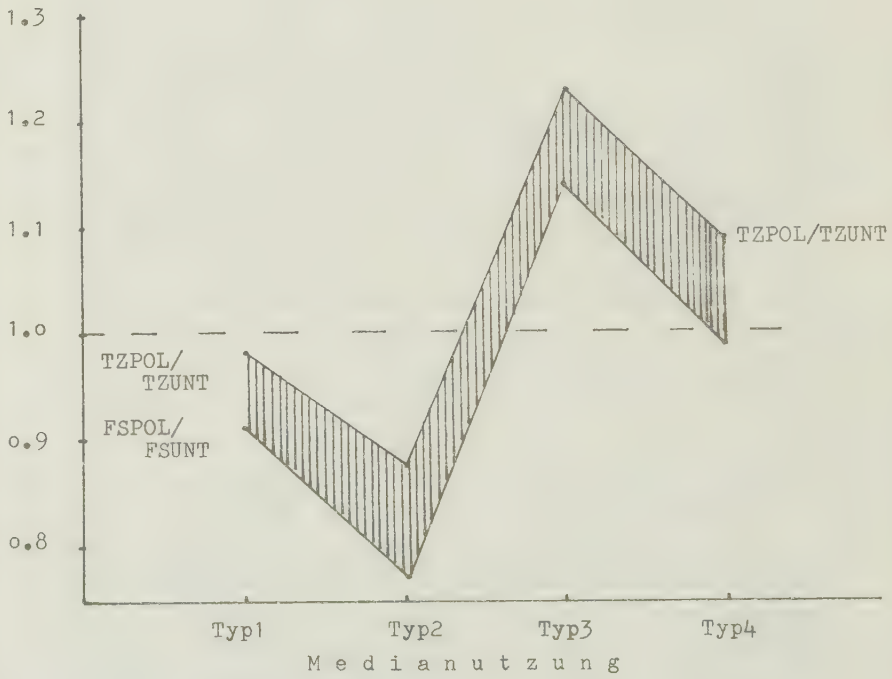


NUTZ= Nutzungsintensität der Medien Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen
FSPOL= Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens
TZPOL= Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung

(26) Grafische Darstellung der Nutzung politischer Inhalte im Verhältnis zur Nutzung unterhaltender Inhalte in den Medien T a g e s z e i t u n g (obere Linie) und F e r n s e h e n (untere Linie).
Verhältniswerte: 1.o : Nutzung von Politik und Unterhaltung gleich stark

Größer 1.o : mehr Politik als Unterhaltung
Kleiner 1.o: mehr Unterhaltung als Politik

Schraffierte Fläche: Diskrepanz zwischen Tageszeitung und Fernsehen



Diese Funktionalisierungsmechanismen, die hier in der grafischen Darstellung deutlich zum Ausdruck kommen, entsprechen verblüffend genau der Diskrepanz in der politischen Einstellung zwischen den Medianutzungstypen: Der Medianutzungstyp 2 weist eine extrem stark ausgeprägte unpolitische Haltung auf, während der Medianutzungstyp 3 eine extrem niedrig ausgeprägte unpolitische Haltung aufweist.
Diese Überlegungen zeigen, daß bei Jugendlichen die Nutzung von tagesaktuellen Medien sowohl unter dem Aspekt der Intensität (Typ 1) als auch der Qualität (Typ 2 vs. Typ 3) sehr unterschiedlich ist, obwohl eine altersmäßig homogene Stichprobe betrachtet wurde. Der qualitative Aspekt der Medianutzung ist eindeutig mit der Stereotypisierung von Relevanzsystemen ("kommunikaionsrelevante Absichten") und der politischen Einstellung ("unpolitische Haltung") verbunden. An realen Personen konkretisiert zeigt sich, was vorher schon anhand von abstrakten Variablenzusammenhängen festgestellt wurde: Das Theorem des Nutzenansatzes, Menschen funktionalisieren die Massenmedien entsprechend ihren Bedürfnissen, kann für die Jugendlichen in den Funktionalisierungsstrategien sowohl in der subjektiven (Mediaeinstellungen), als auch in der objektiven Ebene (Nutzungsverhalten) eindeutig belegt werden.
Die Umstrukturierung des Relevanzsystems in der Hinwendung zur sozialen und politischen Umwelt ("Öffentliche Teilhabe") ist bei Jugendlichen verhaltensrelevant.
In der vorliegenden Stichprobe lassen sich die Jugendlichen danach unterscheiden, ob sie "Politik" als Thema in ihrem Relevanzsystem und in massenmedialen Angeboten akzeptieren. Die Frage ist nun, ob sich diese Akzeptanz auch im Wahlverhalten der Jugendlichen ausdrückt.

Medianutzungstypen und Wahlverhalten

In der Tabelle 42 ist die Kreuztabulation des Wahlverhaltens auf die Medianutzungstypen aufgelistet.
Wähler sind im Medianutzungstyp 2 deutlich unterrepräsentiert (-19 %), ebenfalls im Typ 1 (-11 %), während sie im Typ 3 (+8 %) und im Typ 4 (+6 %) eher überrepräsentiert sind.
Man kann daher die Medianutzungstypen nach Wahlverhalten in zwei Gruppen aufteilen:

a) tendenzielle Wähler (Typ 3 und 4)
b) tendenzielle Nichtwähler (Typ 1 und 2)

Die Akzeptanz des Themas "Politik im jeweiligen Relevanzsystem und im massenmedialen Angebot drückt sich also tatsächlich im Wahlverhalten aus, wenn auch nicht direkt zwingend, so doch zumindest tendenziell.
Für die genaue Analyse des Wahlverhaltens werden die Gruppenumfänge der notwendigen Untergruppierungen zu klein. Trotzdem sollen einige weitere Aspekte verfolgt werden, ohne daß gesicherte Aussagen zu erwarten sind.
Betrachtet man die Art des Wahlverhaltens unter dem Aspekt des Stimmensplittings, so erhält man weitere erstaunliche Abweichungen. Während diejenigen Medianutzungstypen, die allgemein eher wählen (Typ 3 und Typ 4), in etwa im gleichen Ausmaß Stimmensplitting betrieben haben, bemerkt man, daß der Medianutzungstyp 1 (wenn gewählt wurde) deutlich stärker bei einer Partei blieb, der ebenfalls zum Nichtwählen tendierende Typ 2 dagegen überdurchschnittlich oft Stimmensplitting betrieben hat. Diese Interpretation scheint vorerst aufgrund der kleinen Fallzahlen in Typ 1 und Typ 2 nicht gerechtfertigt, sie verstärkt sich aber, wenn man die Stimmabgabe für die zur Wahl stehenden Parteien in den Medianutzungstypen betrachtet (vgl. Tabelle 43). Der Medianutzungstyp 1 hat vorwiegend die CDU/CSU gewählt. Demgegenüber steht der Medianutzungstyp 3, der vorwiegend SPD aber auch FDP oder DKP gewählt hat und der

TABELLE 42 :

Medianutzungstypen und Wahlverhalten

Wähler und Nichtwähler:

WAHLVERHALTEN	Medianutzungstyp				Gesamt
	Typ1	Typ2	Typ3	Typ4	
Wähler	7	1o	27	4o	84
	8%	12%	32%	48%	1oo%
	41%	33%	6o%	58%	52%
Nichtwähler	1o	2o	18	29	77
	13%	26%	23%	38%	1oo%
	59%	67%	4o%	42%	48%
GESAMT	17	3o	45	69	161
	11%	19%	28%	43%	1oo%
	1oo%	1oo%	1oo%	1oo%	

Wähler: Stimmensplitting zwischen Erst- und Zweitstimme

STIMMENSPLITTING	Medianutzungstyp				Gesamt
	Typ1	Typ2	Typ3	Typ4	
kein Splitting	6	6	19	28	59
	1o%	1o%	32%	47%	1oo%
	86%	6o%	7o%	7o%	7o%
Stimmensplit	1	4	8	12	25
	4%	16%	32%	48%	1oo%
	14%	4o%	3o%	3o%	3o%
GESAMT	7	1o	27	4o	84
	8%	12%	32%	48%	1oo%
	1oo%	1oo%	1oo%	1oo%	

TABELLE 43 :

Medianutzungstypen und Wahlverhalten

Wähler: Stimmabgabe für Parteien (Zweitstimme)
(In dieser Tabelle werden die prozentualen Anteile innerhalb der Medianutzungstypen angegeben. Lediglich für die Stimmabgaben für "CDU/CSU" und "SPD" wird auch auf die gewählte Partei prozentuiert.)

Stimmabgabe für	Medianutzungstypen Typ1	Typ2	Typ3	Typ4	Gesamt
CDU/CSU	6	2	2	12	22
	(27%)	(9%)	(9%)	(55%)	(100%)
	86%	20%	7%	30%	26%
SPD	1	3	16	18	38
	(3%)	(8%)	(42%)	(47%)	(100%)
	14%	30%	59%	45%	45%
DKP	-	2	3	5	10
		20%	11%	13%	12%
FDP	-	-	6	4	10
			22%	10%	12%
NPD	-	2	-	1	3
		20%		3%	4%
sonstige	-	1	-	-	1
		10%			1%
Gesamt	7	10	27	40	84
Zeilenprozent	(8%)	(12%)	(32%)	(48%)	(100%)
	100%	100%	100%	100%	

CDU/CSU zurückhaltend gegenübersteht. Es kann hier m.E. nicht um Spekulationen um konkrete Parteipräferenzen gehen. Die Parteipräferenzen sind im Wahlverhalten der Jugendlichen m.E. eher insofern interessant, als damit ein nach Medianutzungstypen spezifisches Parteienspektrum aufgewiesen wird.

Der (schwach vertretene) Medianutzungstyp 1 ("Medienabstinenzler") zeigt

a) eine Tendenz zum Nichtwählen,
b) wenn aber gewählt, eine erkennbare starre Verhaltensform: die Fixierung auf eine Partei (im Parteienspektrum auf CDU/CSU) und kaum Stimmensplitting.

Der Medianutzungstyp 3 ist von allen Typen am ehesten als "Wählertypus" zu bezeichnen. Dieser Typ hat ein breiteres Parteienspektrum, das im Gegensatz zum Typ 1 eine "Linkstendenz" aufweist.

Der Medianutzungstyp 4 gehört in die Gruppe tendenzieller Wähler und weist das wohl breiteste Parteinspektrum auf.

Sehr bemerkenswert scheint mir der Medianutzungstyp 2. In diesem Typ sind anteilsmäßig Nichtwähler eindeutig überrepräsentiert. Aber auch die Wähler dieses Typs zeigen m.E. Besonderheiten im weiter ausdifferenzierten Wahlverhalten. Die Wähler dieses Typus haben am stärksten die Partei zwischen Erst- und Zweitstimme gewechselt. Die Hälfte der Wahlstimmen dieses Medianutzungstyps ging an "nicht-etablierte Parteien" (DKP, NPD, Splittergruppen)!

Spielt man ein Zweipartein-Modell der "großen, etablierten" Parteien in der Bundesrepublik durch, so zeigt sich für die Medianutzungstypen folgendes:

	Medianutzungstyp			
	Typ 1	Typ 2	Typ 3	Typ 4
Tendenz im Wahlverhalten: tendenziell gewählt?	nein	nein	ja	ja
wenn gewählt: Stimmabgabe für "etablierte Parteien" (CDU/CSU und SPD) in Prozent pro Typ	100 %	50 %	66 %	75 %

Auch wenn die Fallzahlen für Wähler in den ersten beiden Medianutzungstypen sehr klein sind, so zeigt sich m.E., daß sich gerade das Wahlverhalten durch die Medianutzungstypen beträchtlich unterscheiden läßt. Es kann zwar nicht die Rede davon sein, daß ein bestimmtes Wahlverhalten auf Kommunikationsverhalten zurückginge. Es zeigt sich aber, daß bestimmte Arten des Wahlverhaltens mit bestimmten Arten des Kommunikationsverhaltens bei Jugendlichen zusammen auftreten. Ich sehe in den vorliegenden Daten eine Akzeptanz bzw. Ablehnung des Themas "Politik" bei Jugendlichen in drei Ebenen, die sich in der Medianutzungstypologie überschneiden: die Akzeptanz des Themas "Politik" in der Ebene des persönlichen Relevanzsystems, in der Ebene kommunikativen Verhaltens und in der Ebene politischen Verhaltens. Nach den Medianutzungstypen läßt sich dies folgendermaßen schematisieren:

THEMATISIERUNGSEBENE	MEDIANUTZUNGSTYP			
	I	II	III	IV
A. Persönliches Relevanzsystem "Öffentliche Teilhabe"	--	-	+	o
B. Kommunikatives Verhalten "Nutzung politischer Inhalte"	--	-	++	+
C. Politisches Verhalten "bei der Bundestagswahl 1976 gewählt"	-	-	+	+

2.2.5. Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse II: Kommunikatives und politisches Verhalten von Jugendlichen, die bei der Bundestagswahl 1976 zum ersten Mal hätten wählen können.

A. Fragestellung: Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten?

- Politische Einstellungen korrespondieren mit Strategien der Informationssuche und -vermeidung:
  Politisches Engagement korrespondiert mit der Suche nach politischen Inhalten der Massenmedien, eine "unpolitische Haltung" dagegen mit der Suche nach Unterhaltung und der Vermeidung politischer Inhalte.
- Diesen Strategien entsprechend werden auch die tagesaktuellen Medien wahrgenommen. Während bei einem stark ausgeprägten "Politischen Engagement" die Tageszeitung hochsignifikant als "politisches Medium" betrachtet wird, ist das politische Image der Tageszeitung bei einer anti-politischen Einstellung hochsignifikant und bei einer unpolitischen Haltung signifikant niedriger. Das politische Image von Hörfunk und Fernsehen ist demgegenüber indifferent gegenüber politischen Einstellungen.
  Im privaten Relevanzbereich korrespondieren die Mediaimages ausschließlich mit der "unpolitischen Haltung", und zwar in der Auffassung, die tagesaktuellen Medien könnten zum Lebensgenuß beitragen, und in der Betrachtung der Tageszeitung und des Hörfunks als "privates Medium".
- Zwischen politischem und kommunikativem Verhalten ergeben sich folgende sinnhafte Bezüge:

- eine stark ausgeprägte "Privatheitsorientierung" und schwach ausgeprägte "öffentliche Teilhabe" korrespondiert mit einer stark ausgeprägten "unpolitischen Haltung" und mit schwachem "politischen Engagement".

- Bei einer sehr starken unpolitischen Haltung und einer starken antipolitischen Einstellung ist eine Interpretation der Medien im Rahmen privater Anliegen bei gleichzeitiger Ausblendung öffentlich-politischer Aspekte festzustellen. Dies gilt aber nicht im gleichen Ausmaß für das entgegengesetzte Syndrom "Politisches Engagement und politische Linksorientierung". Bei diesem Syndrom liegt keine ausschließliche Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien im Rahmen öffentlich-politischer Anliegen vor: Die Hauptdifferenz in beiden Sinnsyndromen liegt in der negativen Selektion der "politischen Funktion" von Medien bei einer stark ausgeprägten unpolitischen Haltung.

- Diese Zusammenhänge setzen sich stringent in der Nutzung massenmedialer Inhalte fort: die Nutzung politischer Inhalte und Nicht-Nutzung von Unterhaltung hängt in der Stichprobe mit einer politischen (Links-)Orientierung und der Ablehnung der "unpolitischen Haltung" zusammen.

- Wer subjektiv die "öffentliche Teilhabe" stark betont, betrachtet die Tageszeitung als politisches Medium, weniger deutlich - aber ebenfalls stark - das Fernsehen, hält elektronische Medien für Informationen über lokale politische Vorgänge für wichtig und betrachtet das Fernsehen weniger als Medium der Privatheit. Wer dagegen subjektiv die "Privatheit" sehr stark in den Vordergrund stellt, sieht den Gebrauchswert der tagesaktuellen Massenmedien (Tageszeitung, Hörfunk und Fernsehen) vor allem in der Möglichkeit, Einsamkeit zu überwinden, betrachtet v.a. den Hörfunk, aber auch - weniger stark - das Fernsehen, als Medium der Privatheit.

- Wer in der Nutzung massenmedialer Inhalte vorrangig auf die Nutzung politischer Inhalte ausgerichtet ist, und kaum Unterhaltung nutzt, für denjenigen weist nur die Tageszeitung ein politisches Image auf, für denjenigen sind die Massenmedien wichtig zum Vergleich seiner politischen Meinung; derjenige erfährt Tageszeitung und Fernsehen (etwas weniger den Hörfunk) nicht als Medium der Privatheit.

- Die empirischen Beziehungen zeigen in der Stichprobe eine hohe Interdependenz zwischen kommunikationsrelevanten Absichten, politischen Einstellungen und der Nutzung massenmedialer Inhalte. Die Bewertung medialer Gratifikationspotentiale erscheint aber als von allen anderen Faktoren abhängig.

o Das Wahlverhalten der Jugendlichen kann weder durch einzelne politische Einstellungen, noch durch einzelne kommunikative Variable befriedigend unterschieden werden: Wähler interessieren sich weder stärker als Nichtwähler für politische Vorgänge, noch wenden sie sich eher als diese politischen Inhalten der Massenmedien zu; Wähler haben weder ein höheres politisches Engagement, noch eine niedrigere unpolitische Haltung als ihre Altersgenossen, die nicht gewählt haben. Wähler unterscheiden sich zwar von Nichtwählern in ihrem Kommunikationsverhalten, diese Unterschiede sind aber nicht direkt mit politischen Inhalten verknüpft.
Erst wenn die soziale Situation, die politischen Einstellungen und das Kommunikationsverhalten der Jugendlichen zusammen betrachtet werden, lassen sich Wähler und Nichtwähler signifikant und theoretisch sinnvoll unterscheiden.

- Das Wahlverhalten der Jugendlichen stellt nach der vorliegenden Analyse folgenden Sinnzusammenhang dar:

  - diejenigen Jugendlichen, die vor allem im Hörfunk politischen Informationen aus dem Weg gehen und den Hörfunk fast ausschließlich zur Unterhaltung nutzen, gehören am ehesten zu den Nichtwählern. Mit diesem Verhalten ist auch eine stark ausgeprägte unpolitische Haltung verbunden;

  - andererseits zeigt sich aber auch eine Tendenz, die sehr stark politisierte Jugendliche - die die Massenmedien unter dem Aspekt politischen Meinungsvergleichs sehen, die die Tageszeitung als politisches Medium betrachten und auch nutzen - als Nichtwähler ausweist;

- In den Daten der Jugendlichen zum kommunikativen und politischen Verhalten drückt sich eine generelle Akzeptanz bzw. Ablehnung des Themas "Politik" in drei Ebenen aus, die sich in den erhaltenen Medianutzungstypen überschneiden: die Akzeptanz des Themas "Politik" in der Ebene des persönlichen Relevanzsystems, in der Ebene kommunikativen Verhaltens und in der Ebene politischen Verhaltens.

2.3 Medien- und situationszentrierter Aspekt: Analyse des kommunikativen und politischen Verhaltens von Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT"

Die die diesem Analyseabschnitt zugrunde liegende Untersuchung ging auf das Interesse der Bundeszentrale für politische Bildung zurück, ihre Beilage zu der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" einer kommunikationswissenschaftlichen und pädagogisch-didaktischen Effizienzanalyse zu unterziehen. Die Untersuchung thematisierte die Effizienz der Beilage als einen adäquaten, interdependenten Bezug von Strategien und Intentionen der Redaktion, von Struktur und Inhalt der Beilage und von der objektiven und subjektiven Struktur der Leserschaft. Als Instrumentarien dieser Untersuchung wurden deshalb Inhaltsanalyse und schriftliche Befragung eingesetzt. In der Sekundäranalyse werden die - dem sekundäranalytischen Bezugsrahmen entsprechenden - Dimensionen der schriftlichen Befragung herausgegriffen. Dies sind die Dimensionen des politischen Verhaltens und der politischen Einstellung, des kommunikativen Verhaltens und kommunikationsrelevanter Einstellungen sowie der Sozialstruktur.

2.3.1 Ausgangsbasis der Analyse

a) Die Erhebung der Daten

Für die Erhebung der Daten durch die schriftliche Befragung wurde die Grundgesamtheit der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" im Frühsommer 1976 definiert. Aus der Abonnentenkartei wurde durch eine Zufallsauswahl ein Fünftel der Adressen gezogen.Dies ergab 1000 Adressen, an die der Fragebogen mit den Begleitschreiben ging. Die Feldarbeit erfolgte im Zeitraum vom 20.8.1976 bis 15.10.1976, wobei eine Mahnwelle ausreichte, um die Stichprobe abgesichert auszuschöpfen. Von 993 erreichten Adressen wurde ein Rücklauf von 756 Fragebogen erzielt

(Sampleausschöpfung: 76 %). Da keine systematische Rücklaufverzerrungen festzustellen sind, kann die erhaltene Stichprobe als repräsentativ für die Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" im Sommer 1976 gelten. Dieses Kriterium interessiert aber nicht im Rahmen der Sekundäranalyse. Hier geht es vielmehr darum, daß diese Abonnenten ein Bevölkerungssegment darstellen, das über eine sehr hohe formale Bildung verfügt, sehr stark mit politischer Bildung befaßt ist und eine hohe politische Aktivität aufweist (siehe Stichprobenbeschreibung). Während die Originaluntersuchung mit 738 Datensätzen operierte, wird im Datensatz der Sekundäranalyse von 737 Datensätzen ausgegangen. (87)
Im Unterschied zu den beiden anderen Untersuchungsdesigns liegen in dieser Untersuchung keine Quotenvorgaben vor. Das konstante Element dieser Untersuchung besteht in der Definition der Grundgesamtheit und deren Charakter als spezifisches, theoretisch interessantes Bevölkerungssegment. Aus diesem Moment ergibt sich die Konsequenz, daß - im Vergleich zu den vorhergehenden Analysen - eine stärkere Betonung auf solchen Analyseverfahren liegt, die wichtige Stichprobenkriterien kontrollieren können. Aufgrund des relativ hohen Stichprobenumfangs ist es möglich, auch nicht quotierte Kriterien statistisch abgesichert als Subgruppenkriterien analysieren zu können.

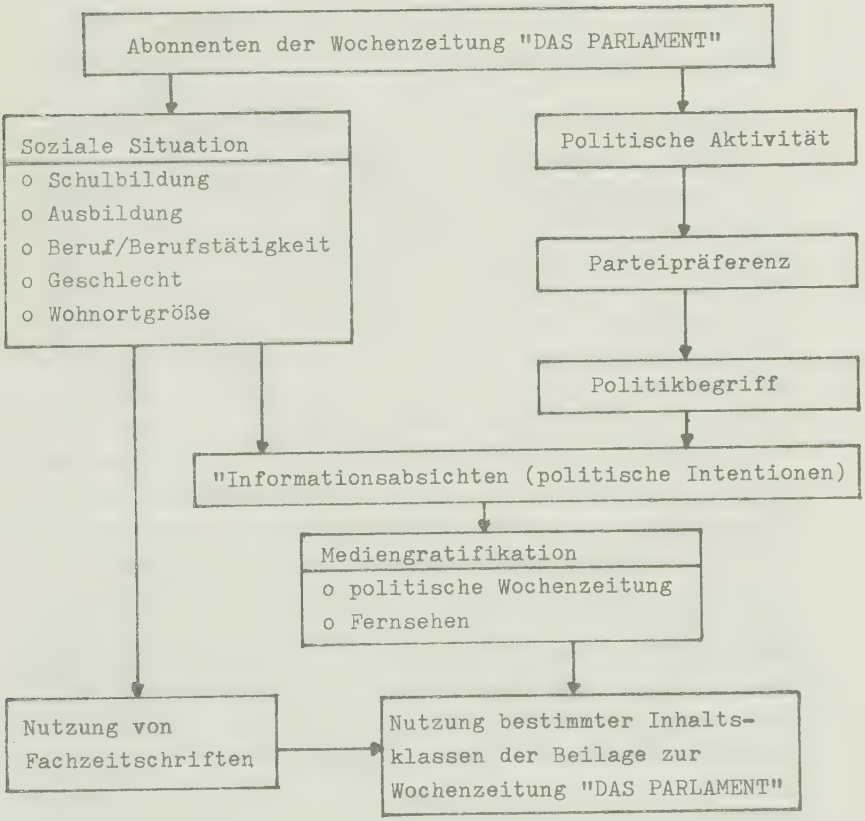
b) Die ausgewählten Variablen im sekundäranalytischen Bezugsrahmen

In den sekundäranalytischen Bezugsrahmen werden die Kerninstrumente der schriftlichen Befragung übernommen:

- o Politikbegriffe der Abonnenten;
- o Informationsabsichten und Mediengratifikationen;
- o "Copy-Test" für konkrete Beiträge der Beilage;

weiterhin die Variablen zur politischen Meinung (Parteipräferenzen) und zur politischen Aktivität, neben allgemeinen Sozialdaten (Schulbildung, Geschlecht, Ausbildungs-

SCHEMA (27): STRUKTUR DER VARIABLEN IM BEZUGSRAHMEN DER SEKUNDÄRANALYSE



gebiet, Berufstätigkeit, Alter, Wohnortgröße). Die Operationalisierung der einzelnen Variablendimensionen wird im Zusammenhang der Darstellung der Dimensionen diskutiert. Der Schwerpunkt in der Verwendung solcher Dimensionen liegt in der Sekundäranalyse auf "Makro-Variablen" anstelle von Einzelmerkmalen. Die Einzelvariablen werden faktorenanalytisch dimensioniert und als Faktorwerte weiterverarbeitet (die Erhebung war bei solchen Variablen auch auf diesen Zweck hin ausgerichtet).
Das Schema 27 zeigt die implizite Struktur der Variablen im sekundäranalytischen Bezugsrahmen, wobei die Definition der Grundgesamtheit als Ausgangspunkt dient. Im Bezugsrahmen der Sekundäranalyse besteht das zentrale Interesse an der Variablendimension der Informationsabsichten und der Mediengratifikationen. Dabei geht es v.a. um die Frage, ob in dieser spezifischen Population auch die spezifisch politischen Intentionen als verschiedene Informationsabsichten ausdifferenziert werden können, und inwiefern diese Ausdifferenzierung mit der sozialen Situation und dem politischen Verhalten i.w.S. zusammenhängt. Während die beiden anderen sekundäranalytischen Untersuchungsabschnitte nach dem Verhältnis von politischem und sonstigem Kommunikationsverhalten fragten, geht es nun um die Differenzierungen spezifischen politischen Kommunikationsverhaltens, das vor dem Hintergrund einer erweiterten Perspektive zur politischen Bildung betrachtet wird. Das spezifische Kommunikationsverhalten zum Thema "Politik" bzw. "Politische Bildung" drückt sich in der Nutzung bestimmter Beiträge der Beilage "aus politik und zeitgeschichte" aus, wobei aber festzuhalten ist, daß dies ein sehr spezifisches Verhalten ist, das im vorliegenden Zusammenhang nicht erklärt werden kann. Im Bereich des politischen Verhaltens i.w.S. ist es in dieser Population möglich, nicht nur nach formalen Mitgliedsrollen in politischen Parteien, sondern auch nach politischen Funktionen zu differenzieren. Das Konzept der Politikbegriffe stellt im wesentlichen ein Konzept politischer Einstellungen dar. Dieses Konzept wird im Abschnitt

zum politischen Verhalten genauer erläutert. Die genaue Erhebungsform der einzelnen Variablendimensionen ist aus dem Fragebogen im Anhang ersichtlich. (Es ist aber zu beachten, daß diese erfragten Einzelvariablen in der Sekundäranalyse neue Variablen konstituieren.)

c) Die Stichprobe: Sozialsituative Merkmale

Die Stichprobe ist ein Abbild der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT".
Diese Wochenzeitung unterscheidet sich von den anderen politischen Wochenzeitungen v.a. dadurch, daß sie die politischen Probleme und Themen des Bundestags sehr intensiv behandelt und dokumentiert. Dies geschieht durch den Abdruck von Protokollen der Bundestagssitzungen. Während die anderen politischen Wochenzeitungen eher als politisch-kulturelle Wochenzeitungen zu beschreiben sind, ist "DAS PARLAMENT" eine "direkte" politische Wochenzeitung, in der nicht Journalisten, sondern Politiker und "Experten" als Kommunikatoren auftreten. In der Beilage zur Wochenzeitung drückt sich eine Art Fachzeitschrift zu gesellschaftlich-politischen Themen aus. Diese Wochenzeitung hat eine hohe Auflage und wird von der Bundeszentrale für politische Bildung herausgegeben.

Wer eine solche Wochenzeitung abonniert, manifestiert dadurch ein sehr starkes Interesse an Politik. Entsprechend dem Charakteristikum dieser Wochenzeitung zeigen sich sozialsituative Merkmale ihrer Abonnenten, die signifikant vom Bevölkerungsdurchschnitt abweichen und eine "politische Elite" indizieren.
Die Schwerpunkte der Abonnenten liegen in folgenden Merkmalen: Männer, Hochschulbildung, Sozialkundelehrer. (88)
Das auffälligste Charakteristikum der Stichprobe liegt wohl in der Bildungsstruktur, die nahezu umgekehrt proportional zum Bevölkerungsdurchschnitt verteilt ist (vgl. Tabelle 44). Weit mehr als die Hälfte der Befragten ver-

TABELLE 44 : SOZIO-DEMOGRAFISCHE DATEN DER STICHPROBE
Stichprobenumfang: n=737 = 100%

KRITERIUM	AUSPRÄGUNG	HÄUFIGKEIT	PROZENT
ALTER	bis 19 Jahre	30	4.1
	20 bis 29 Jahre	327	44.3
	30 bis 39 Jahre	246	33.4
	40 bis 49 Jahre	64	8.7
	50 bis 59 Jahre	31	4.2
	60 bis 69 Jahre	12	1.6
	über 70 Jahre	16	2.1
	keine Antwort	11	1.5
GESCHLECHT	männlich	652	88.5
	weiblich	70	9.5
	keine Antwort	15	2.0
SCHULABSCHLUSS	Volksschule	35	4.7
	Mittelschule u.ä.	65	8.8
	Abitur	163	22.2
	Hochschule,Universität	456	61.8
	keine Antwort	18	2.4
BERUFSTÄTIGKEIT	in Ausbildung	198	26.8
	voll berufstätig	446	60.4
	teilweise berufstätig	46	6.2
	nicht mehr berufstätig	30	4.1
	keine Antwort	17	2.4
AUSBILDUNG (MEHRFACHNENNUNGEN)	nicht akademische Ausb.	137	18.6
	Wirtschaftswissenschaft	93	12.6
	Rechtswissenschaft	59	8.0
	Politikwissenschaft	204	27.7
	Sozialwissenschaften	134	18.2
	Pädagogik	242	32.8
	Geschichtswissenschaft	225	30.5
	Sprachwissenschaften	138	18.7
	Theologie	33	4.5
	sonstige akadem.Ausb.	86	11.7
gesamte Nennungen		1351	183.3

TABELLE 45 : BERUFSSTRUKTUR IN DER STICHPROBE
n = 737 = 100%
Klassifikation nach funktionaler/fachlicher Spezifikation, nicht nach Status

BERUFSGRUPPE	HÄUFIGKEIT	PROZENT
Lehrer	283	38.4
Lehrer in Ausbildung	40	5.4
LEHRER GESAMT	323	43.8
Wissenschaftler	54	7.3
Studenten	131	17.8
WISSENSCHAFTLER GESAMT	185	25.1
Juristen	27	3.7
Beamte (ohne Lehrer, Soldaten etc.)	61	8.3
Soldaten	15	2.0
STAATSBEZOGENHEIT	103	14.0
Schüler	20	2.7
Angestellte in Verwaltung/Parteien etc.	18	2.4
sonstige Berufe (freie Berufe, Arbeiter etc.)	75	10.2
SONSTIGE BERUFE GESAMT	113	15.3
keine Antwort	13	1.7

fügt über eine Hochschulbildung, während nur 13 % Nicht-Abiturienten sind. Ebenso deutlich dominieren Männer in der Stichprobe: nur knapp 10 % Frauen sind vertreten. In der Altersstruktur liegt der Schwerpunkt zwischen 20 und 39 Jahren: in diesen Altersgrenzen liegen fast 80 % der Befragten. Knapp 1/4 der Stichprobe ist noch in Ausbildung, während knapp 10 % nicht mehr oder nur teilweise berufstätig sind.
Die Berufsstruktur, die nicht nach Status, sondern nach fachlicher Spezifikation betrachtet wurde, weist in der Stichprobe einen sehr hohen Lehreranteil auf. Neben den Lehrern sind es viele Studenten, die diese Wochenzeitung abonniert haben (vgl. Tabelle 45).
Die Berufsstruktur wird in der Stichprobe zur Bildung von Unterstichproben eingesetzt, wobei vier Gruppen kontrastiert werden:

- Befragte, die als Vermittler politischer Bildung in Frage kommen (Lehrer), die inhaltlich ein breites Interessenspektrum aufweisen;
- Befragte, die fachlich-inhaltlich sehr spezifische Interessen aufweisen (Wissenschaftler, Studenten);
- Befrage, die beruflich in politisches und staatliches Handeln involviert sind (Juristen, Beamte, Soldaten);
- Befragte, für die weder das eine, noch das andere zutrifft ("sonstige").

d) Die Aussagefähigkeit der Daten

Die Daten sind repräsentativ für die Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT". Deskriptive Aussagen - wie z.B. die Stichprobenbeschreibung, aber auch unkontrollierte Korrelationen - treffen nur für diese Grundgesamtheit zu.
Die Grundgesamtheit - und somit die Stichprobe - repräsentieren in theoretischem Sinn eine spezifische, politisch stark engagierte Schicht unserer Bevölkerung. Dies läßt je-

doch keinen eindeutigen Schluß auf solche Bevölkerungssegmente wie "politische Eliten" schlechthin zu, sondern nur auf Bevölkerungssegmente, deren Motivation zu einem Abonnement dieser Wochenzeitung aktuell oder potentiell vorliegt. In der Stichprobenbeschreibung habe ich versucht, diese Motivationsstrktur in etwa zu umreißen. Aus der einfachen Betrachtung der vorliegenden Daten ergibt sich die Gefahr von Zirkelschlüssen, wenn unkontrolliert über die Grundgesamtheit hinaus verallgemeinert wird.
Analysen, die Erklärungen anstreben, müssen diejenigen Merkmale kontrollieren, die die Grundgesamtheit konstituieren. Aus der Stichprobe ergibt sich als konstitutives Merkmal der Abonnenten einmal ein Syndrom, das über das Thema "politische Bildung" gesteuert ist (Lehrer, aber auch Wissenschaftler, Studenten und damit hohe Schulbildung), und ein Syndrom, das über hohe politische Aktivität festgelegt wird.
Verallgemeinernde Erklärungen dürfen nur dort versucht werden, wo diese "konstituierenden Merkmale" kontrolliert sind. Wo diese Merkmale "entzerrt" sind, ist es m.E. zulässig, die Stichprobe stellvertretend für einen Teil der "politischen Elite" zu betrachten, und zwar für einen Teil, der im Prozeß der politischen Meinungsbildung durch berufliche oder politische Aktivitäten Schlüsselpositionen einnimmt.

2.3.2. Das Kommunikationsverhalten der Befragten

A) Allgemeine Nutzung von Medien

Aufgrund der Besonderheit der Grundgesamtheit kann eine sehr starke Sättigung der Nutzung regionaler bzw. überregionaler Tageszeitungen und politischer Wochenzeitungen in der Stichprobe unterstellt werden. Dies ging auch aus vorhergehenden Leserschaftsanalysen hervor.
Diese Unterstellung kann an den Daten der Leserschaftsstruktur 1975 (SCHAEFER-MARKTFORSCHUNG 1975) verdeutlicht werden. Die Sozialdaten der Sekundäranalyse stimmen innerhalb der

Konfidenzintervalle für 95 % mit den Sozialdaten dieser Erhebung überein.
Auf die Frage: "Welche dieser Zeitungen und Zeitschriften haben Sie innerhalb der letzten drei Monate gelesen? (Titelkartenvorlage)" ergab sich für die Abonnenten (n=150) folgende Nennungsverteilung:

SPIEGEL	73 %
DIE ZEIT	62 %
FAZ	55 %
Die Welt	41 %
Süddeutsche Zeitung	40 %
Frankfurter Rundschau	36 %

(SCHAEFER MARKTFORSCHUNG 1975)

Das spezielle Interesse galt darum in der Erhebung der Nutzung von Fachzeitschriften.
77 % der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" sind nach eigener Auskunft Nutzer der Fachzeitschriften. Im Bevölkerungsdurchschnitt liegt die Nutzung von Fachzeitschriften unter Einschluß von sogenannten Hobby-Zeitschriften bei knapp 25 % (INFRATEST 1975)
Bei der Sichtung der offenen Nennungen gelesener Fachzeitschriften nannten 73 % "echte" Fachzeitschriften. Dieses eindrucksvolle Ergebnis ist mit der extrem verteilten Bildungsstruktur der Stichprobe und mit der beruflichen Situation verbunden.
Trotz der "homöopathischen Verdünnung" der speziellen Kommunikationsbedürfnisse, auf die sich die Fachzeitschriften beziehen (ROEGELE 1977, S. 25), sind in der Stichprobe nennenswerte gemeinsame Anteile regelmäßig gelesener Fachzeitschriften festzustellen:

Regelmäßig gelesene Fachzeitschriften	absolute Häufigkeit	Anteil in der Gruppe der Fachzeitschriftennutzer (n = 538)
Geschichte in Wissenschaft und Unterricht	94	17 %
Gegenwartskunde	68	13 %
betrifft: erziehung	58	11 %
Politische Bildung	58	11 %
Politische Vierteljahresschrift	43	8 %
Blätter für deutsche und internationale Politik	39	7 %
Neue Juristische Wochenschrift	38	7 %
Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte	35	7 %

Wenn man die z.T. sehr niedrigen Auflagen der Fachzeitschriften (STAMM 1976) bedenkt, so verweist die Struktur der Fachzeitschriftennutzung auf eine bedeutende Gruppe von Fachzeitschriftennutzern des Gebietes "Politik, Geschichte, Politische Bildung", die durch die Stichprobe repräsentiert wird.

B) Spezifische Nutzung von Beiträgen aus der Beilage "aus politik und zeitgeschichte"

In der Erhebung interessierte die spezielle Zuwendung zu bestimmten Beiträgen der Beilage. Es wurden 12 Beiträge, die in dem Zeitraum kurz vor der Befragung in der Beilage erschienen sind, danach abgefragt, ob sie gelesen und aufgehoben wurden, wie ihre berufliche Relevanz und ihre Ver-

ständlichkeit eingeschätzt werden (vgl. Liste der erfragten Beiträge und Frageinstrument im Anhang: FRAGEBOGEN Frage 17).
Im Zusammenhang der Sekundäranalyse interessiert nur, ob bestimmte Nutzungsmuster auftreten, und ob diese Nutzungsmuster mit den Variablen der Sekundäranalyse zusammenhängen. Die über die Aufmerksamkeit gesteuerte selektive Zuwendung zu den verschiedenen Beiträgen (keine Erinnerung, nicht gelesen, teilweise gelesen, gelesen) wurde mit einer Faktorenanalyse strukturiert (vgl. Tabelle 46).
Das erste Nutzungssyndrom bezieht sich auf Beiträge zum Thema "Dritte Welt". Aus den Mittelwerten und Standardabweichungen ist ersichtlich, daß die Beiträge dieses Faktors relativ wenig Zuwendung in der Stichprobe erfuhren. Demgegenüber wurden die Beiträge des zweiten Nutzungsfaktors "aktuelle und auf Deutschland bezogene Beiträge" stärker genutzt. Der dritte Faktor bezieht sich schließlich auf die Nutzung von zwei Beiträgen, die sich mit nationalsozialistischen Vernichtungslagern und mit deren Verbrämung in der neonazistischen Propaganda beschäftigen. Auch diese Beiträge wurden teilweise stark genutzt.
Zum Nutzungsverhalten ist generell festzustellen, daß diejenigen Abonnenten mit einem niedrigeren Schulabschluß (kein Abitur) die Beiträge stärker nutzen als Abiturienten und Hochschulabsolventen, die stärker selegieren.
Auffällig ist insgesamt, daß sich zwei "bildungseinheitliche" Nutzungsextreme feststellen lassen: die bildungsunabhängige Nicht-Nutzung von Beiträgen zum Thema "Dritte Welt" und die starke Nutzung der Beiträge zum Thema "demokratischer Rechtsstaat, Verfassungstreue, Kritik". Das verweist darauf, daß das erste Thema zum Zeitpunkt der Befragung bildungsunabhängig nicht akzeptiert wurde, während der zweite Themenblock bildungsunabhängig akzeptiert wurde.

TABELLE 46: FAKTOREN DER NUTZUNG VON BEITRÄGEN DER BEILAGE

Verfasser Titel	Faktorenladung I	 II	 III	Mittelw.	Stdabw.
TIMMERMANN Historischer Kompromiß oder Volksfront?		.375		2.723	.984
NOHLEN/WACHENDÖRFER Was wird aus Chile?	.519			2.787	.972
PFLAUMER Die Krise der personellen Entwicklungshilfe	.480			2.332	.883
BROSZAT Zur Kritik der Publizistik des antisemitischen Rechtsextremismus			.762	2.507	.993
ARNDT/SCHEFFLER Organisierter Massenmord an Juden in nationalsozialistischen Vernichtungslagern			.605	2.832	1.046
HEINEMANN Freimütige Kritik und demokratischer Rechtsstaat		.458		3.103	1.022
FLECKENSTEIN Militär und Gewerkschaften in Deutschland		.439		2.616	1.019
TEPPE Das deutsche Identitätsproblem		.380		2.468	1.022
HÖPKER Wandel und Umbruch im südlichen Afrika	.736			2.531	.988
OLLAWA Militärherrschaft und politische Stabilität: Der Fall Nigeria	.676			2.228	.908
SCHÄFER Verfassungstreue im öffentlichen Dienst		.666		3.293	.922
MENSING Zum 'Offensivkonzept zur Bekämpfung des anarchistischen Terrorismus' der CDU/CSU		.557		2.707	1.068

Im Rahmen der Sekundäranalyse spielen diese Nutzungsvariablen, d.h. die Faktorenwerte, nur eine marginale Rolle, da die erfaßten Nutzungsweisen zu spezifisch sind. Ein stärkeres Gewicht wird dagegen auf Nutzungsdispositionen gelegt, die auf politische Bildung i.w.S. spezifiziert sind.

C) Informationsbedürfnisse und Gebrauchswertansprüche an spezialisierte Medien

a) Entwicklung des Instruments

Die Ausgangsüberlegungen für dieses Instrument wurden schon an anderer Stelle dargelegt (s.o. S. 239ff). Die Operationalisierung von Informationsbedürfnissen und Gebrauchswertansprüchen folgt dem Design von INFRATEST (1975) und KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973. Auch für dieses Instrument gelten die schon erwähnten kritischen Einschränkungen.
Im vorliegenden Zusammenhang liegt das Interesse vorwiegend auf der Spezialisierung des Instruments. Zum einen werden nicht globale, sondern sehr spezifische Absichtsdimensionen und auch Informationsmedien eingesetzt. Während normalerweise eine Differenzierung zwischen öffentlich-politischen, auf Unterhaltung ausgerichteten und sonstigen Absichtsdimensionen angestrebt und erreicht wird, gilt das Interesse hier der Differenzierung innerhalb der politischen Absichtsdimension.
Aufgrund der Überlegung, daß politische Bildung nicht nur ein institutionell fixiertes Anliegen sein kann, sondern auch außerhalb solcher Institutionen im gesellschaftlichen Alltag relevant ist, wurden Kommunikationsmedien in Beziehung auf Intentionen der politischen Bildung gesetzt. Einmal ist diese Spezifizierung im Zusammenhang mit der Definition der Grundgesamtheit zu sehen, aber andererseits stellen gerade die Massenmedien einen wichtigen Faktor der sekundären Sozialisation im Sinne des "life-long-learning"

(BRIM/WHEELER 1974) und der politischen Kultur dar. Aus dieser Perspektive muß sich auch die BILD-Zeitung fragen lassen, welchen Beitrag sie zur politischen Bildung leistet.

Während normalerweise Informationsabsichten aus einem Universum möglicherweise bzw. plausiblerweise kommunikationsrelevanter Absichten selegiert werden (wobei die Anzahl relevanter Möglichkeiten wegen der Universalität von Kommunikation gegen Unendlich gehen dürfte), wird in diesem Instrument bewußt auf einen Katalog normativer Intentionen zurückgegriffen. Die Absichtsstatements wurden aus curricularen Lernzielen zum politischen Unterricht entwickelt (SCHÖRKEN 1974) und durch allgemeinere Statements ergänzt. Die Liste dieser Statements wurde von 31 Statements im Pretest auf 19 Statements der Erhebung systematisch reduziert. (Vgl. Anhang: Instrument zur Erhebung von Informationsabsichten und Mediengratifikationen)

Dieser normative Katalog hat den Vorteil, einmal der Bewertung derjenigen unterworfen zu sein, die mit politischer Bildung beschäftigt sind, andererseits aus dem institutionell fixierten Milieu der politischen Bildung auf mediale Alltagsvermittlungen überzuführen.

Die Liste der Absichten fragt also nicht danach, ob öffentlich-politische Kommunikationsabsichten betont werden (das kann in dieser Grundgesamtheit vorausgesetzt werden), sondern danach, welche Dimensionen dabei im Vordergrund stehen.

Auf Seiten möglicher medialer Gratifikationspotentiale wurden nicht die tagesaktuellen, sondern spezialisierte und periodische Medien eingesetzt: Fachbücher, Fachzeitschriften, die Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT", politische Wochenzeitungen und - eher als Kontrast - Fernsehen.

Im Rahmen der Sekundäranalyse interessiert lediglich die Einschätzung des Fernsehens und der politischen Wochenzeitungen.

LISTE DER ABSICHTSSTATEMENTS (1 bis 19) Nummerierung entspricht der Variablenreihenfolge im Fragebogen	(6) Sich über politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt ein Bild machen zu können	(13) Angesichts persönlicher oder gesellschaftlicher Probleme Eigeninitiativen entwickeln zu können
	(7) Die politischen Institutionen und ihre Funktionen zu kennen	(14) Reflexion der eigenen Interessenlage
(1) Hintergründe von Ereignissen zu erfahren, die mich interessieren	(8) Informationen auf ihren ideologischen Hintergrund hin zu durchschauen	(15) Als Mitglied in verschiedenen sozialen Gruppen effektiv mitarbeiten zu können
(2) In politischen Gegenständen die Kontroversen zu erkennen	(9) Politische Orientierungshilfen zur laufenden Regierungstätigkeit zu bekommen	(16) Ein konkretes politisch-gesellschaftliches Problem rational beurteilen zu können
(3) Mein fachliches Wissen zu erweitern	(10) In politischen Alternativen denken zu können	(17) Chancen zur Einflußnahme auf gesellschaftliche und politische Vorgänge zu erkennen
(4) Materialien zu praktischen Berufsfragen zu bekommen	(11) Den Herrschaftsverhältnissen zugrunde liegende Interessen, Normen und Wertvorstellungen kritisch zu überprüfen	(18) Verschiedene Konzeptionen für die Lösung aktueller wirtschaftlicher Krisen und Konflikte kennenzulernen
(5) Zwecke und Notwendigkeiten gesellschaftlicher Zwänge und der Herrschaftsverhältnisse zu überprüfen	(12) Konflikte in der Gesellschaft und deren Funktion zu kennen	(19) Den Einfluß wirtschaftlicher Macht auf politische Entscheidungsprozesse zu prüfen

b) Informationsabsichten: Faktoren als Dimensionen politischer Intentionen

Die Liste der Informationsabsichten wurde nach der persönlichen Bewertung der Absichten einer Faktorenanalyse unterzogen. Die Analyse extrahierte vier Faktoren, deren immantente Varianzanteile 68 %, 14 %, 10 % und 8 % betragen.

Der Faktor 1 hebt diejenigen Intentionen heraus, die auf einen Diskurs zielen, die auf die möglichen Alternativen gegenwärtiger Verhältnisse rekurrieren, Standpunkte und Geltungsansprüche überprüfen und nicht als gegeben hinnehmen (vgl. Tabelle 47) Die Bewertung dieses Faktors ist in der Stichprobe relativ homogen und hoch (0 = gar nicht wichtig, 3 = sehr wichtig). Der Faktor kann als "Emanzipatorische Informationsabsicht" bezeichnet werden. (Ich verwende dabei den Begriff "Informationsabsicht", weil in der Frage Kommunikations- und Informationsprozesse impliziert wurden; die Statements selbst sind intentionale Aussagen, die nicht unbedingt an Kommunikationsprozesse allein gebunden sind.)

Der zweite Faktor weist eine starke Handlungsorientierung auf. Dabei wird v.a. der Eigenbezug der Intentionen hervorgehoben, der nicht nur in der Reflexion von Situationen, sondern auch in der Betonung individueller politischer Aktivität besteht. Die in diesem Faktor gebündelten Intentionen (vgl. Tabelle 48) werden etwas heterogener und niedriger als die anderen Faktoren bewertet. Dieser Faktor wird im folgenden als "Handlungsorientierung" bzw. als "reflexiv-handlungsorientierte Informationsabsicht" bezeichnet.

Der dritte Faktor bezieht sich auf die Beobachtung politischer Prozesse aus der Position relativer Distanz und Passivität (vgl. Tabelle 49). Auf die Kommunikations- bzw. Informationsebene übertragen, ist dieser Faktor mit "Nach-

TABELLE 47: FAKTOR 1: EMANZIPATORISCHE INTENTIONEN

Informationsabsicht	Faktorladung	Kommunalität	Mittelwert	Standard-abweichung
Den Herrschaftsverhältnissen zugrunde liegende Interessen, Normen und Wertvorstellungen kritisch zu überprüfen	.79070	.6669	2.3853	0.7754
Zwecke und Notwendigkeiten gesellschaftlicher Zwänge und der Herrschaftsverhältnisse zu überprüfen	.63446	.4733	2.2076	0.8399
Konflikte in der Gesellschaft und deren Funktion zu kennen	.5811	.43768	2.4043	0.7200
Informationen auf ihren ideologischen Hintergrund hin zu durchschauen	.52593	.38266	2.4369	0.7310
Den Einfluß wirtschaftlicher Macht auf politische Entscheidungsprozesse zu prüfen	.56689	.40242	2.3881	0.7509
In politischen Alternativen denken zu können	.47572	.35607	2.4966	0.6996
In politischen Gegenständen die Kontroversen zu erkennen	.40797	.26988	2.3691	0.6753

TABELLE 48: FAKTOR 2: HANDLUNGSORIENTIERTE INTENTIONEN

Informationsabsicht	Faktorladung	Kommunalität	Mittelwert	Standard-abweichung
Angesichts persönlicher oder gesellschaftlicher Probleme Eigeninitiativen entwickeln zu können	.70737	.56275	2.0950	0.8286
Als Mitglied in verschiedenen sozialen Gruppen effektiv mitarbeiten zu können	.58417	.41356	1.8440	0.8778
Chancen zur Einflußnahme auf gesellschaftliche und politische Vorgänge zu erkennen	.59017	.48871	2.2062	0.8148
Reflexion der eigenen Interessenlage	.40122	.37702	2.1004	0.8329

TABELLE 49: FAKTOR 3: NACHRICHTEN-ORIENTIERTE INTENTIONEN

Informationsabsicht	Faktorladung	Kommunalität	Mittelwert	Standard-abweichung
Sich über politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt ein Bild machen zu können	.59142	.38335	2.5739	0.6037
Politische Orientierungshilfen zur laufenden Regierungstätigkeit zu bekommen	.50415	.27843	1.9634	0.7957
Die politischen Institutionen und ihre Funktionen zu kennen	.48591	.27217	2.1113	0.7722
Ein konkretes politisch-gesellschaftliches Problem rational beurteilen zu können	.36520	.27613	2.5075	0.6471
Hintergründe von Ereignissen zu erfahren, die mich interessieren	.34150	.17010	2.7286	0.5104
Verschiedene Konzeptionen für die Lösung aktueller wirtschaftlicher Krisen und Konflikte kennenzulernen	.31380	.24311	2.1574	0.7694

TABELLE 50: FAKTOR 4: BERUF- bzw. FACHBEZOGENE INTENTIONEN

Informationsabsicht	Faktorladung	Kommunalität	Mittelwert	Standard-abweichung
Mein fachliches Wissen zu erweitern	.56149	.40381	2.3758	0.7562
Materialien zu praktischen Berufsfragen zu bekommen	.66558	.48165	1.8887	0.9199

richten" assoziiert. Alle Intentionen beziehen sich auf eine faktische Informationsebene (im Gegensatz zur Legitimations- und Wertebene der emanzipatorischen Informationsabsichten und der Aktions- bzw. Integrationsebene der handlungsorientierten Informationsabsichten). Dieser Faktor wird als "Nachrichtenorientierung" bzw. als "rezeptiv-informative Informationsabsicht" bezeichnet. Die einzelnen Statements dieses Faktors werden sehr homogen bewertet, wobei aber die Bewertung innerhalb des Faktors zwischen "sehr wichtig" und "wichtig" schwankt.
Der Faktor 4 trennt schließlich berufsbezogene von den primär politischen Absichten, d.h. er faßt die zwei Aussagen über fachliches Wissen und über praktische Berufsfragen zusammen. Dieser Faktor interessiert in der Sekundäranalyse nur am Rande.
Für jeden Faktor und für jede Person wurde ein Faktorenwert berechnet (s.o.), der in der Analyse als Dimensionsvariable weiterverwendet wird. Damit läßt sich auch angeben, in welchen empirischen Zusammenhängen die Intentionsdimensionen in der Stichprobe vorliegen:

	EMAN	HAND	NACH	FACH
Emanzipatorische Informationsabsichten	1.0+	.122	.083	.003
Handlungsorientierte Informationsabsichten	p=.001	1.0	.112	.032
Nachrichtenorientierte Informationsabsichten	p=.030	p=.003	1.0	.155
Fachlich orientierte Informationsabsichten	-	-	p=.001	1.0

+ Partielle Korrelationskoeffizienten: nach Schulbildung und Alter kontrolliert

p: Irrtumswahrscheinlichkeit (zweiseitig)

Die Interkorrelationen verdeutlichen, daß die empirischen Faktorbewertungen zusammenhängen und lediglich Gewichtungen in der Bewertung darstellen: Der "Nachrichtenfaktor" korreliert mit allen anderen Dimensionen, die "Fachliche Orientierung" aber weist weder mit der Emanzipations- noch mit der Handlungsdimension signifikante Beziehungen auf.

c) Mediale Gratifikationspotentiale für die Informationsabsichten

Zunächst soll betrachtet werden, wie die Medien "Fachzeitschriften", "politische Wochenzeitungen" und "Fernsehen" bezogen auf die Intentionen in den Faktoren bewertet wurden. Dann werden die Gratifikationsmöglichkeiten von "politischen Wochenzeitungen" und "Fernsehen" selbst faktoranalysiert.

Der Gebrauchswert der Medien "Fachzeitschriften", "politische Wochenzeitungen" und "Fernsehen" wird für die emanzipatorischen Intentionen sehr unterschiedlich beurteilt:

Während Fachzeitschriften und politische Wochenzeitungen in Bezug auf emanzipatorische Intentionen in etwa gleich beurteilt werden, fällt das Fernsehen als mögliche Gratifikationsquelle deutlich ab.

Im Vergleich mit der persönlichen Bewertung der Intentionen werden alle Medien als defizitäre Gratifikationsmöglichkeiten für emanzipatorische Intentionen erlebt.

Intention	Mediengratifikation von: Fachzeitschr. MW	Stdabw.	Wochenzeitung MW	Stdabw.	Fernsehen MW	Stdabw.
Herrschaftsverhältnisse	1.59	.902	1.58	.852	0.97	.829
Zwecke und Notwendigkeiten	1.53	.930	1.57	.886	1.02	.862
Konflikte	1.63	.911	1.83	.851	1.27	.893
ideologischer Hintergrund	.162	.930	1.67	.886	0.98	.848
wirtschaftliche Macht	1.71	.957	1.76	.882	1.17	.884
Politische Alternativen	1.55	.919	1.80	.884	1.14	.852
Kontroversen	1.50	.927	2.01	.845	1.53	.940
Mittlere Tendenz	1.60		1.75		1.30	

Zum medialen Gartifikationspotenzial für handlungsorientierte Intentionen:

Zu den Intentionen dieses Faktors werden die medialen Gratifikationsmöglichkeiten wiederum niedriger als die eigene Bewertung dieser Intention eingeschätzt. Wiederum rangiert zu den handlungsorientierten Intentionen der Wochenzeitung vor Fachzeitschriften und vor Fernsehen.

Intention	Fachzeitschr. MW	Stdabw.	Wochenzeitung MW	Stdabw.	Fernsehen MW	Stdabw.
Eigeninitiativen	1.16	.902	1.31	.837	0.96	.845
Soziale Gruppen	1.16	.920	1.31	.918	0.95	.848
Einflußnahme	1.34	.878	1.57	.907	1.11	.876
eigene Interessen	1.35	.940	1.38	.877	0.94	.831
Mittlere Tendenz	1.25		1.39		0.99	

Zum medialen Gratifikationspotential für "Nachrichtenorientierte Intentionen":

Für die eher passiv-distanzierte Information über Politik spielt das Fernsehen insgesamt auch eine nachgeordnete Rolle. In den zwei Subdimensionen, die am stärksten auf "Nachrichten" abzielen - "sich ein Bild über die Vorgänge in der BRD und der Welt machen zu können" und "politische Orientierungshilfen zur laufenden Regierungstätigkeit" - wird das Fernsehen nach der Wochenzeitung und vor den Fachzeitschriften eingestuft. Aber obwohl mit diesen Intentionen "Aktualität" verknüpft und das Fernsehen zweifellos aktueller als die Wochenzeitung ist, wird den politischen Wochenzeitungen auch in diesem Bereich mehr Kredit eingeräumt.

	Fachzeitschr.		Wochenzeitung		Fernsehen	
	MW	Stdabw.	MW	Stdabw.	MW	Stdabw.
BRD-Welt	1.56	.907	2.26	.828	1.78	.908
Regierungstätigkeit	1.19	.864	2.21	.813	1.68	.950
politische Institutionen	1.64	.936	1.48	.848	1.09	.847
rationale Beurteilung	1.83	.918	1.84	.857	1.16	.841
Hintergründe	1.80	.940	1.98	.870	1.37	.905
wirtschaftliche Krisen	1.76	.971	1.70	.878	1.29	.893
mittlere Tendenz	1.63		1.91		1.38	

Zentrale Tendenzen für Mediengratifikationen:

Intention	Mediengratifikationen		
	Fachzeitschr.	Wochenzeitung	Fernsehen
"Emanzipation"	1.60	1.75	1.30
"Handlungsorientierung"	1.25	1.39	0.99
"Nachrichtenorientierung"	1.63	1.91	1.38

0. = dient gar nicht
1. = dient etwas
2. = dient viel
3. = dient sehr viel

zur Verwirklichung der jeweiligen Absichten/Intentionen

Faktoren der Mediengratifikation von politischen Wochenzeitungen und Fernsehen

Das auf die Intentionen bezogene mediale Gratifikationspotential der politischen Wochenzeitungen und des Fernsehens wurde für jedes Medium einer Faktorenanalyse unterzogen.
Für die Wochenzeitungen ergaben sich drei Faktoren:
Faktor 1 (immanenter Varianzanteil: 86 %) faßt die emanzipatorischen mit den nachrichtenorientierten Intentionen zusammen. Die Leitvariablen dieses Gratifikationsfaktors sind: "In politischen Alternativen denken zu können" (FL: .643), "sich über politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt ein Bild machen zu können" (FL: .628) und "den Herrschaftsverhältnissen zugrundeliegende Interessen, Normen und Wertvorstellungen kritisch zu überprüfen" (FL: .627).

Der Faktor 2 (8 %) bündelt die handlungsorientierten Informationsabsichten ("Eigeninitiativen entwickeln zu können" (.688), "als Mitglied in verschiedenen sozialen Gruppen effektiv mitarbeiten zu können" (.636), "Chancen zur Einflußnahme erkennen"(.579) und "Reflexionen der eigenen Interessenlage" (.472)).

Der dritte Faktor (6 %) bezieht sich schließlich auf "berufs- und fachbezogene Intentionen".
Es fällt auf, daß die Varianzanteile der Faktoren 2 und 3 sehr gering sind, fast die gesamte extrahierte Varianz steckt in dem ersten extrahierten Faktor. Das bedeutet, daß die Befragten, die auf die Intentionen bezogene Gratifikation der Wochenzeitungen fast ausschließlich als mediale Qualität erleben. Die Intentionen werden dabei weniger ausdifferenziert.
Ähnlich verhält es sich bei der Analyse des Fernsehens als mögliche Gratifikationsquelle: auch hier indiziert der hohe Varianzanteil des ersten Faktors, daß in erster Linie das Fernsehen als Medium, weniger aber die Differenzierung zwischen den Intentionen zum Tragen kommt (89). In der Faktorenanalyse des Gratifikationspotentials des Fernsehens sind eigentlich nur zwei Faktoren signifikant (90). Im folgenden wird aber eine Faktorenlösung zugrundegelegt, die auch weniger bedeutsame Faktoren extrahiert. Diese Lösung wurde forciert, um die Vergleichbarkeit zwischen der Wochenzeitung und dem Fernsehen als Gratifikationsquellen zu erhalten.
Der Faktor 1 (84 %) repräsentiert dann die Gratifikationsdimension für nachrichtenorientierte Intentionen,
der Faktor 2 (6 %) für handlungsorientierte Intentionen,
Faktor 3 (4 %) für emanzipatorische Intentionen
und Faktor 4 (2 %) für berufs- und fachbezogene Intentionen.

Die Faktorenlösungen für die medialen Gratifikationspotentiale dürfen nicht überstrapaziert werden, weil jeweils nur ein Faktor fast 90 % der Varianz ausdrückt.

D) Resümee zum Kommunikationsverhalten

- Die Stichprobe ist auch im Kommunikationsverhalten relativ homogen. Eine Sättigung in der Nutzung der tagesaktuellen Medien darf dabei unterstellt werden. Die Nutzung spezialisierter Informationsmedien im Bereich Politik bzw. politische Bildung ist in der Stichprobe sehr stark vertreten. In diesen Kriterien unterscheidet sich die Stichprobe wesentlich vom Bevölkerungsdurchschnitt.
  Aber auch innerhalb dieser homogenen Stichprobe ist festzustellen, daß die Selektivität (hier: schon spezialisierten Inhalten gegenüber) mit steigender formaler Bildung zunimmt.

- In den Informationsabsichten zum Thema "Politik" läßt sich die übliche Dimension der "öffentlichen Teilhabe" weiter ausdifferenzieren. Neben der - dieser Dimension am ehesten entsprechenden - Nachrichtenorientierung treten v.a. Handlungsorientierung und emanzipatorische Informationsabsichten hervor. Es ist zu bemerken, daß auch in dieser Stichprobe, die sich durch eine hohe Bildung und ein hohes politisches Involvement auszeichnet, die "Nachrichtenorientierung" deutlich stärker als die "Handlungsorientierung" als persönliches Anliegen hervorgehoben wird.

- Für die Bewertung der Medien ist in diesem Bezugsrahmen festzustellen, daß das Fernsehen als Informationsmedium sehr kritisch beurteilt wird. Lediglich in den aktuellen Dimensionen "laufende Regierungstätigkeit" und "Politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt" wird Fernsehen als tendenziell wichtiges Informationsmedium gesehen.

- Die politischen Wochenzeitungen werden sowohl zur faktischen als auch zu anderen Informationsweisen als bessere Gratifikationsmöglichkeit als das Fernsehen, aber auch als Fachzeitschriften, betrachtet.

- In den Relationen von Intentionen und medialen Gratifikationsquellen ist insgesamt zu bemerken, daß die Medienimages stärker als die Differenzierungen der Zweckbestimmungen hervortreten.

2.3.3. Das politische Verhalten der Befragten

A) Politische Aktivität

Aufgrund der Stichprobendefinition konnte die politische Aktivität über bloße Parteimitgliedschaft hinaus erfragt werden. Politische Aktivität bezieht sich dabei auf "etablierte" Formen politischer Teilnahme, nicht aber auf solche Aktivitäten wie "Mitarbeit in Bürgerinitiativen" und anderen weniger formellen politischen Aktivitäten (vgl. z.B. oben die Skalierung politischen Verhaltens: S. 135) (91)
Die Frage zur Erhebung der politischen Aktivität lautete: "Sind Sie aktiv politisch tätig?", wobei eine Liste von fünf politischen Aktivitäten folgte (vgl. Fragebogen im Anhang: Frage 22). Nominal gefaßt, ergibt sich daraus, welche Aktivitäten im einzelnen ausgeführt werden. Die ordinale Fassung gibt dagegen an, in welchem Ausmaß die Befragten politische Aktivitäten entwickeln (nicht aktiv, in Mitgliedsrollen, in politischen Funktionen, in politischen Ämtern). In der Stichprobe ergibt sich folgende nominale Verteilung:

Frage: Sind Sie aktiv politisch tätig? n=737

AKTIVITÄT	HÄUFIGKEIT	PROZENT	PROZENT
nicht aktiv im Sinne nachfolgender Tätigkeiten	427	57.9	nur "Aktive" (n=302)
"Ich bin Mitglied einer Partei"	277	37.6	91.7
"Ich habe eine Funktion innerhalb einer Partei"	125	17.0	41.4
"Ich habe ein politisches Amt im Rahmen von Verbänden, Vereinigungen, Gewerkschaften"	106	14.4	35.1
"Ich habe ein politisches Mandat in der Legislative"	26	3.5	8.6
"Ich bin in der Exekutive politisch tätig"	10	1.4	3.3

Im ordinalen Sinn ergibt sich für die Häufigkeit der politischen Aktivitäten (im vorliegenden Bezugsrahmen) folgende Verteilung:

INTENSITÄT POLIT. AKTIVITÄT	HÄUFIGKEIT	PROZENT (n=737)
keine der angegebenen politischen Aktivitäten	427	57.9
eine Aktivität ("Mitgliedsrolle")	141	19.1
zwei Aktivitäten ("Funktionsrolle")	114	15.5
drei Aktivitäten und mehr ("Ämterrolle")	47	6.4
keine Antwort	8	1.1

Aus diesen Ergebnissen ist m.E. zweierlei ersichtlich: einmal stellt die Stichprobe ein überaus stark (formell) politisch aktives Segment der Bevölkerung dar, zum anderen dominiert aber auch in diesem Segment die Mitgliedsrolle in politischen Parteien (vgl. dazu: ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, S. 128ff). Dennoch ist in der Stichprobe ein bedeutender Anteil von 22% über bloße Mitgliedsrollen hinaus aktiv im etablierten Pateien- und Verbandssystem tätig. In der weiteren Analyse ist es sinnvoll, gerade unter den politisch stark interessierten Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" diejenigen, die in den etablierten politischen Willensbildungsprozessen in hohem Maße involviert sind, genauer zu betrachten.

B) Politische Meinung

Im Rahmen der Sekundäranalyse spielt die politische Meinung in Form von Parteipräferenzen nur eine untergeordnete Rolle, wenngleich sie als wichtiger Selektionsfilter begriffen wird. Analog zu den beiden anderen Untersuchungen wurden die Präferenzen für die Parteien CDU, CSU, SPD, FDP, DKP und NPD erfragt (vgl. Fragebogen im Anhang: Frage 21).
In der Befragung war in der Plazierung der Parteien eine zunehmende Antwortverweigerung festzustellen: während 24 Befragte (3.3%) sich weigerten, überhaupt Stellung zu nehmen, haben dann 39 (5.3%) ab dem dritten Rang und 51 (6.9%) bei den letzten beiden Rängen die Antwort verweigert.
Als präferierte Parteikombination wurden auf die ersten beiden Ränge gesetzt (nach Häufigkeit):

SPD/FDP	327	44.4%
CDU/CSU	88	11.9%
FDP/SPD	77	10.4%
CDU/FDP	51	6.9%
SPD/DKP	46	6.2%
FDP/CDU	43	5.8%
erfaßte Kombinationen	632	85.8%

Abgesehen von der starken - real vorliegenden - SPD/FDP-Präferenz, ist erstaunlich, daß die Parteipräferenz-Kombinationen in der Stichprobe sehr differenziert sind. Besonders die Unionspräferenz scheint bei den Befragten - im Sinne der faktischen Parteienfestlegung -einige Eigenwilligkeiten aufzuweisen. Eindeutiger ist dagegen die ausgedrückte Antipathie gegenüber bestimmten Pateien.
Auf die letzten beiden Ränge (Rang 5 und 6) wurden gesetzt:

DKP/NPD	267	36.2%
CSU/NPD	226	30.7%
NPD/DKP	150	20.4%
erfaßte Kombinationen	643	87.2%

Die Parteienantipathie ist in der Stichprobe weitaus deutlicher bzw. homogener als die Parteipräferenz auf bestimmte Parteien bezogen. Auffällig ist aber auch hier, daß die CSU sehr häufig auf Antipathie trifft, umgekehrt aber nur von einem Teil der CDU-Anhänger stringent mitpräferiert wird.

Die Parteipräferenz wurde in einer neuen Variable nach folgenden Kriterien gruppiert:

	n	737=100%
"LINKSGRUPPE" (DKP/SPD oder SPD/DKP)	57	7.7%
"SOZIALLIBERAL" (SPD/FDP oder FDP/SPD)	404	54.8%
"LIBERALKONSERVATIV" (CDU/SPD oder SPD/CDU oder CDU/FDP oder FDP/CDU)	135	18.3%
"KONSERVATIV" (CDU/CSU oder CSU/CDU oder CDU/- oder CSU/FDP)	106	14.4%
Nicht klassifiziert (Missing Data oder sonstige Kombinationen)	35	4.7%

In dieser Gruppierung nach Parteipräferenzen drückt sich m.E. eher als bei einer bloßen Betrachtung der auf Rang 1 gesetzten Partei eine politische Grundorientierung aus.

Dies gilt zumal, als in der Stichprobe eine deutliche "liberale Tendenz" zu bemerken ist.
Die Parteipräferenz ist in der Stichprobe signifikant mit der Schulbildung, mit einem Beruf und mit der Berufstätigkeit verknüpft (vgl. Tabelle 51):

- o Mittelschüler sind unter den "Konservativen";
- o Abiturienten sind unter den "Linken";
- o Hochschulabsolventen sind unter den "Sozialliberalen"

überrepräsentiert.

TABELLE 51: SIGNIFIKANTE ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN SOZIODEMOGRAPHISCHEN VARIABLEN, POLITISCHER AKTIVITÄT UND PARTEIPRÄFERENZEN.

Irrtumswahrscheinlichkeiten der CHI-QUADRAT-TESTS in Kreuztabulationen.

	POLAKT	ANTI	PRAEF
Geschlecht	.343	.974	.354
Schulbildung	.591	.008	.000
Beruf	.326	.000	.002
Berufstätigkeit	.682	.004	.048
Wohnortgröße	.082	.453	.005
Politische Aktivität	-	.098	.006
Antipathie	-	-	.000

Dementsprechend zeigt sich in der Berufsstruktur eine Überrepräsentanz

- o von "Sozialliberalen" unter Lehrern;
- o von "Konservativen" und "Liberalkonservativen" unter Juristen und Beamten
- o von "Linksorientierten" unter Studenten.

In der Stichprobe sind die Extremgruppen "Links" und "Konservativ" v.a. deutlich durch "in Ausbildung" und durch "nicht mehr berufstätig" gekennzeichnet.
Während die "affektive" Parteipräferenz nur sehr unvollkommen ein politisches Wahrnehmungs- und Orientierungsmuster darstellt, müssen solche Orientierungsmuster eher in einem Begriff dessen, was "Politik" sei und was "Politik" bestimme, gesucht werden. Ein Ansatz, solche Orientierungsmuster zu identifizieren, soll im folgenden diskutiert werden. Dazu ist zu bemerken, daß dieser Ansatz innerhalb der Bedingungen der definierten Grundgesamtheit operationalisiert wurde.

C) Politikbegriffe der Befragten

a) Problemdefinition

In einer propädeutischen Skizze zur Politikwissenschaft hat Wolf-Dieter NARR auf die Rekognitionsproblematik bei Max WEBER und RAPOPORT verwiesen. Darauf, daß sozialwissenschaftliche Begriffe und das, was sie jeweils an Wirklichkeit begreifen sollen, nicht problemlos sind (NARR 1972, S.15). Auf die Politikwissenschaft spezifiziert führt NARR aus: "An der Art, wie der Begriff des Politischen gefaßt wird, lassen sich nicht allein die unterschiedlichen Auffassungen der Politikwissenschaft ablesen; an ihr läßt sich auch die Rekognitionsproblematik vergegenwärtigen. Der jeweils gebrauchte Begriff des Politischen, der der Politikwissenschaft vorausgeht, ihr zugrunde liegt und ihren Rahmen abgibt, bestimmt nicht nur den Horizont der Antworten, er definiert vielmehr die zu untersuchende politische Wirklichkeit und zeichnet bestimmte Segmente der Wirklichkeit als politisch oder als politisch relevant bzw. indifferent aus. Der Begriff des Politi-

schen hat also eine konstitutive und eine normativ-regulative Bedeutung." (NARR 1972, S.17f)
Diese Perspektive wurde auch von O.MASSING aufgegriffen. Er entwickelt den "Begriff des Politischen als sozio-kulturelle Kommunikationsfigur" (MASSING 1974, S.8): "'Politik' läßt sich nicht einfach als ein inhaltlich eindeutig bestimmtes Segment aus der umfassenderen historisch-sozialen Wirklichkeit, d.h. beliebig, ausgrenzen, vielmehr ist sie in konzeptualisierter Form aktuell und geschichtlich gleichermaßen begrifflich vermittelt. Was mangels analytischer Reichweite und theoretischer Leistungskapazität des verwandten Begriffsapparates nicht als 'Politik' perzipiert wird, muß infolgedessen aus dem Verständnisraster von ihr heraus fallen. Als praktische Politik beispielsweise wird nicht einmal wahrgenommen, was nicht als begrifflich vermittelte Vorstellung von ihr existiert. Soziale Wirklichkeit wird als politische konstituiert je nach Stringenz und Plausibilität des ihr supponierten Politik-Begriffes." (MASSING 1974, S.9) MASSING verweist darauf, daß der Politikbegriff "Klärungsprozesse und typische Interpretationsverschiebungen" durchläuft. (MASSING 1974, S.12) K. WALLRAVEN hat solche Klärungsprozesse und Interpretationsverschiebungen am Beispiel politischer Pädagogik in der Bundesrepublik untersucht (K.WALLRAVEN 1976).
Auch NARR und MASSING begreifen das Rekognitionsproblem im Begriff des Politischen keineswegs als ein bloßes Propädeutikproblem der Politikwissenschaft (so z.B. B.MASSING 1974, S.12ff). MASSING meint, "daß ein moderner, kritischer, vorurteilsloser und in sich konsistenter Begriff von Politik sich stets des Umstands zu vergewissern hat, daß und inwieweit die Explikation dessen, was seinem Verständnis zufolge "Politik" sei, einem Selektionsprinzip gehorcht, das nicht einer irgendwie gearteten immanenten Gesetzmäßigkeit oder Zwangsläufigkeit oder einem ein für allemal verbindlichen deduzierbaren Zustand der Sache folgt, sondern von der

Struktur der geschichtlichen Welt tief geprägt ist und an sich selber die Male historischer Herrschaft trägt." (MASSING 1974, S.31)
Damit wird deutlich, daß diese Überlegungen in der Tradition der kritischen Theorie an die Konzeption des "Diskurs" bei HABERMAS und an diejenige der "Selektivität politischer Institutionen" bei OFFE angelehnt ist (HABERMAS 1968;OFFE 1972). Die Selektivität von Politikbegriffen wird - mit anderen Betonungen - auch von HÄTTICH thematisiert: "Politik als ein jeglicher Interpretation immer erst vorgegebenes Objekt im strengen Sinne gibt es nicht. Politisches Handeln ist weitgehend Sprechen und damit immer schon Interpretation von Wirklichkeit. ... Gleichgültig welcher Politikdefinition man sich anschließt: Politik ist immer eine bestimmte Weise der Interpretation sozialer Wirklichkeit." (HÄTTICH 1974, S.244)

In anderen Zusammenhängen läßt sich dabei auf den Ansatz von BERGER/LUCKMANN zur "gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit" (BERGER/LUCKMANN 1970) verweisen, der zum Thema "Vermittlung von Politik in den Massenmedien" von W.SCHULZ aufgegriffen wurde (W.SCHULZ 1976 und 1977).
Der Begriff des Politischen stellt also ein Selektionsraster zur Interpretation sozialer Wirklichkeit unter politischen Aspekten dar. Selektionsraster zur Interpretation von vermittelter und unvermittelter Realität werden in der Sozialforschung unter dem Einstellungskonzept subsumiert. In der Alltagswelt kommt die soziokulturelle Kommunikationsfigur des Politikbegriffes ebenso vor, wie in der politischen Theorie, wenngleich weniger begrifflich präzisiert. Ich gehe davon aus, daß im Gegensatz zu den vereinzelten Einstellungen gegenüber spezifischen Objekten (z.B. Einstellung gegenüber politischen Parteien etc.) der Begriff des Politischen eine vorgeordnete Einstellung gegenüber sozialer Wirklichkeit als "politische Wirklichkeit" darstellt.

Der Umgang mit dem Attribut "politisch" in der empirischen Sozialforschung und v.a. in der Demoskopie ist m.E. äußerst

unbefriedigend. Die übliche Frage nach dem "Politischen Interesse" bringt nur wenig Erkenntnisgewinn, wenn sie von einer diffusen Unterstellung dessen, was politisch sei, ausgeht und die Befragten sich auf diese Unterstellung beziehen läßt. Wenn dann eine wachsende Zustimmung zu dieser Frage registriert wird (NOELLE-NEUMANN 1974; KIEFER 1978), so lautet die Interpretation, daß dies eine wachsende Politisierung der Bevölkerung bedeute. Solange aber nicht geklärt ist, was dabei unter "politisch" verstanden wird, kann man auch die Gegenthese aufstellen, daß damit eine wachsende Entpolitisierung der Bevölkerung indiziert wird. (92)

Aufgrund dieser Überlegungen wurde in der Befragung der Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" ein Instrument zur Erhebung von Politikbegriffen entwickelt. Die besondere Situation der Grundgesamtheit und der Erhebung haben dabei die Konstruktion dieses Instruments beeinflußt:
Einmal ging es um die Frage der Vermittlung politischer Bildung durch die Beilage zu dieser Wochenzeitung. Dabei stellte sich die Frage, inwiefern dominierende Begriffe des Politischen in den Beiträgen der Beilage mit den Politikbegriffen der Abonnenten übereinstimmen. Die "Politikbegriffe" wurden deshalb als inhaltsanalytisches und als befragungstechnisches Instrument entwickelt. Aufgrund der relativen Homogenität der Grundgesamtheit, die vor allem in der hohen formalen Bildung und der hohen Involviertheit in "Politik" besteht, war es möglich, auch die alltäglichen Begriffe des Politischen eng an den politikwissenschaftlichen Kategorien zu operationalisieren.

b) Entwicklung und Operationalisierung des Instrumentes zur Erhebung des Politikbegriffes

Was für den Begriff des Politischen gilt, gilt natürlich auch für die Operationalisierung von Politikbegriffen: sie folgt selektiven Prinzipien.

MASSING strukturiert die politische Theorie nach drei Arten des Politikverständnisses:

a) ein Politikverständnis, das Politik primär dezisionistisch als die Summe aller Willensbefehle an unterworfene Machtadressen versteht;
b) ein Politikverständnis, demzufolge Politik als kunstvolle Ordnung und Führung von menschlichen Gruppen auf der Basis von Machtbesitz versteht;
c) ein Politikverständnis, demzufolge Politik an gesellschaftlicher Totalität und Interdependenz orientiert ist und emanzipatorische Ansprüche verfolgt. (93)

Eine ähnliche Einteilung findet sich auch bei NARR 1972, der ein traditionelles Politikverständnis der "öffentlichen Tugend", ein formales, auf Macht und institutionelle Herrschaft bezogenes Politikverständnis und ein auf den politischen Vorgang der Entscheidung bezogenes Politikverständnis (NARR 1972, S.17ff) unterscheidet.

Zur Operationalisierung der Politikbegriffe wurden zentrale Kategorien aus drei Politikbegriffen gewählt:

- aus einem traditionellen Politikbegriff, der sich auf die aristotelische politische Philosophie bezieht, und in dem Politik als die kunstvolle Ordnung und Führung von menschlichen Gruppen auf der Basis von Machtbesitz verstanden wird.
  Zentrale Begriffe eines solchen Politikverständnisses sind: Autorität, Führung, Legalität, Integration, Ordnung;
- aus einem formalen, entscheidungsorientierten Politikverständnis die Kategorien: Macht, Entscheidung, Herrschaft, Steuerung, Leistung, Stabilität;
- aus einem emanzipatorischen, an Diskurs orientierten Politikverständnis die Kategorien: Legitimität, Konsens, Beteiligung, Kommunikation, Interessen, Konflikt, Wandel.

Ein historisch-dialektisches Politikverständnis wurde nicht operationalisiert.

Nun bestehen aber Politikbegriffe weder aus einem exklusiven Set von Kategorien, der nur einem bestimmten Begriff des Politischen zuzuordnen ist, noch ergibt sich ein Politikbegriff aus der Addition von Kategorien.
Eine verknappte Darstellung der Beziehung der Kategorien soll am Beispiel des emanzipatorischen Politikbegriffes erläutert werden: Legitimität (von Herrschaft) durch Konsens, der über Diskurs erreicht wird. Diskurs setzt aber die Beteiligung und Kommunikation möglichst aller voraus, um die konfligierenden Interessen konsensfähig zu halten. Da Interessen disparitätisch berücksichtigt sind, muß der Diskurs bei Interessenkonflikten immer wieder neu einsetzen, wodurch Wandlungsprozesse eingeleitet werden.
Mit diesem Beispiel soll keine Darstellung von komplexen Begriffssystemen gegeben werden, damit soll vielmehr gezeigt werden, daß einzelne begriffliche Kategorien untereinander in Beziehung stehen. Dies gilt für sämtliche vorgestellten Kategorien. Das Instrument zur Operationalisierung von Politikbegriffen ist folglich nur sinnvoll, wenn die Verknüpfung der Kategorien analysiert wird. Dies leistet die Faktorenanalyse. (94)
Da die Einzelbegriffe den theoretischen Sinnzusammenhang verbundener Politikbegriffe aufweisen, in der vorgelegten Liste (vgl. Frage 10 des Fragebogens) jedoch nur als Einzelbegriffe auftauchen, stellt sich das Analyseproblem, diese Einzelbegriffe wiederum in ihren sinnhaften Zusammenhängen nachzuweisen. Das empirische Problem besteht dann darin, ob der hypothetisch konstruierte Sinnzusammenhang der Politikbegriffe auch im Verständnis der Befragten als Sinnzusammenhang nachweisbar ist. Es ist also zu prüfen, in welchen Sinnzusammenhängen die Einzelbegriffe von den Befragten wahrgenommen werden.
Dies ist eine Fragestellung, die von einer faktorenanalytischen Methodologie - in fast klassischem Sinne - zu beantworten ist. In der Faktorenanalyse geht es darum, innerhalb einer Menge von Variablen (d.h. hier Einzelbegriffen)

eine kleinere Menge von Faktoren (d.h. hier Sinnzusammenhänge) aufzuspüren, die selbst nicht direkt meßbar sind und eine einfachere und übersichtlichere Beschreibung der Menge von Variablen darstellen.
Die Faktorenanalyse muß demzufolge die empirisch vorliegenden Sinnzusammenhänge der theoretisch konstruierten Politikbegriffe erbringen.
In diesem Fall können folgende Hypothesen durch die Faktorenanalyse getestet werden:

I. H_o : Die Einzelbegriffe weisen keinen Sinnzusammenhang auf, d.h. es gibt keine unabhängigen - nicht direkt meßbaren - Variablen, die die Zusammenhänge (Korrelationen) einzelner Variablen (Begriffe) bestimmen bzw. erklären.

H_1 : Die Einzelbegriffe sind sinnhaft verbunden. D.h. es gibt unabhängige - nicht direkt meßbare Variablen (Faktoren), die den Zusammenhang der einzelnen Variablen (Begriffe) bestimmen bzw. erklären.

II. H_o : Der empirische Zusammenhang der Einzelbegriffe deckt sich nicht mit den hypothetisch formulierten Politikbegriffen.

H_1 : Der empirische Zusammenhang der Einzelbegriffe ist identisch mit den hypothetisch formulierten Politikbegriffen .

III. H_o : Der empirische Zusammenhang der Einzelbegriffe weist eine Verunreinigung bzw. Vermischung der theoretischen "Idealtypen" der Politikbegriffe auf.

H_1 : Der empirische Zusammenhang der Einzelbegriffe weist keine Verunreinigung bzw. Vermischung der Politikbegriffe auf.

IV. H_o : Es gibt keinen empirischen Zusammenhang,
der den a) emanzipatorischen
b) technokratischen bzw. formalen
c) traditionellen
Politikbegriff darstellt.

H_1 : Es gibt einen empirischen Zusammenhang,
der den a) emanzipatorischen
b) technokratischen bzw. formalen
c) traditionellen
Politikbegriff darstellt.

c) Politikbegriffe als Faktoren der Hauptachsenanalyse

Die Hauptachsenanalyse extrahierte fünf Faktoren, die zusammen 57 % der Variation in den einzelnen Begriffen reproduzieren. Nach der Varimax-Rotation dieser Faktoren ergibt sich die in Tabelle 52 ausgewiesene Faktormatrix (Faktorenladungen in den einzelnen Faktoren).

Der Faktor 1 (Varianzanteil 45 %) repräsentiert einen "Konservierenden Politikbegriff": In diesem Faktor werden die Kategorien "Ordnung" und "Stabilität" im Zusammenhang mit "Leistung", "Führung", "Autorität" und "Entscheidung" gegenüber "Konflikt" und "Wandel" betont.
Der Faktor 2 (24 %) repräsentiert eher einen "Formalen Machtbegriff". In diesem Faktor werden die Kategorien "Macht" und "Herrschaft" in Zusammenhang mit "Führung" und "Autorität", aber auch mit "Konflikt" betont.
Der Faktor 3 (17 %) stellt die einzelnen Kategorien in den Zusammenhang eines "Emanzipatorischen Politikbegriffes": Die Kategorien "Beteiligung", "Kommunikation" und "Wandel" treten in Begleitung von "Integration", "Entscheidung" und "Konflikt" durch hohe Faktorladungen hervor.
Der Faktor 4 (9 %) kann als "Harmonisierender Politikbegriff" interpretiert werden: "Legalität" und "Legitimität" wird mit "Konsens" zu einem Faktor assoziiert.

TABELLE 52: FAKTORENSTRUKTUR DER POLITIKBEGRIFFE

BEGRIFF	FAKTOR 1	FAKTOR 2	FAKTOR 3	FAKTOR 4	FAKTOR 5	KOMMUNALITÄT	MITTELW.	STD.ABW.
Autorität	.443	.383	-.080	.123	-.210	.408	3.198	.927
Beteiligung	-.036	-.034	.571	.096	.089	.346	4.309	.694
Entscheidung	.349	.158	.320	.134	-.113	.280	4.064	.739
Führung	.505	.414	.137	.061	-.260	.561	3.240	.993
Herrschaft	.082	.669	-.058	.063	-.003	.462	2.301	.987
Integration	.248	-.052	.356	.205	.087	.241	3.916	.808
Interessen	.046	.047	.237	.053	.455	.271	3.835	.858
Konflikt	-.338	.303	.297	-.070	.383	.446	3.335	1.040
Kommunikation	-.032	-.177	.534	.187	.245	.412	4.431	.757
Konsens	.226	.039	.241	.396	-.051	.271	3.748	.815
Legalität	.288	.048	.076	.713	-.011	.600	3.935	.871
Legitimität	.007	.094	.084	.645	.067	.437	3.951	.878
Leistung	.583	.189	-.028	.155	.030	.401	3.867	.856
Macht	.136	.720	-.083	.093	.116	.565	2.451	.959
Ordnung	.786	.198	-.109	.107	.037	.683	3.326	.987
Stabilität	.755	-.053	-.065	.144	.058	.601	3.704	.844
Steuerung	.172	.236	.176	-.031	.136	.136 !	2.950	.941
Wandel	-.192	.047	.506	-.013	.074	.301	3.875	.765

Der Faktor 5 (5 %) stellt einen "Interessen- und Konflikt-orientierten Politikbegriff" (Konflikt, Interesse und Kommunikation) traditionalen Kategorien ("Führung" und "Autorität") gegenüber.

Zur Faktorenlösung ist nun anzumerken, daß diese Lösung mathematischen Restriktionen folgt. (95) Die Faktorenlösungen sind daher nach ihrer theoretischen Relevanz und Plausibilität zu überprüfen.
Im Falle der Politikbegriff-Faktoren scheint sich der zweite Faktor - darauf weisen die Mittelwerte und Standardabweichungen hin - über ablehnende Reaktionen zu konstituieren. Damit wird auch erklärt, warum "Konflikt" als Kategorie dieses Faktors auftritt.
Sieht man von diesem Faktor "Formaler Machtbegriff" ab, so ergibt die Faktorenlösung v.a. eine Kontrastierung des konservierenden Politikbegriffes gegenüber dem emanzipatorischen Politikbegriff. Diese Kontrastierung wird durch einen harmonisierenden und einen konfliktorientierten Politikbegriff ergänzt. Es ist wichtig, sich dabei zu vergegenwärtigen, daß die Faktorenlösung auf einer Varianzerklärung beruht. (96) Faktorenmuster liefern keine Aussage über die Bewertung der einzelnen Faktoren, sie reproduzieren assoziative Bewertungsstrukturen. Die Bewertung der Faktoren drückt sich in den Faktorenwerten aus. (97) Mit den Faktorenwerten, die die individuelle Reaktion auf den Faktor darstellen, wird im folgenden weiter verfahren, wobei sie dann der Variablenbezeichnung "Konservierender Politikbegriff" usw. zugrundeliegen. Mit diesen Faktorenwerten lassen sich Aussagen über die Bewertung der Faktoren in der Stichprobe treffen. Die nach Bildung und Alter kontrollierte Korrelation der Dimensionen von Politikbegriffen ergibt folgendes Muster:

	Konserv. Politik-begriff	Formaler Machtbe-griff	Emanzip. Politik-begriff	Harmon. Politik-begriff	Konflikt orient. Politik-begriff
Konservierender Politikbegriff	1.0	.06	.04	.13	-.02
Formaler Machtbegriff		1.0	-.00	-.01	.07
Emanzipatorischer Politikbegriff			1.0	.10	.17
Harmonisierender Politikbegriff	p=.001		p=.007	1.0	.01
Konfliktorien-tierter Politik-begriff			p=.001		1.0

Dadurch verdeutlicht sich, daß die formal unabhängigen Faktorenmuster in der Bewertung der Faktoren durchaus korreliert sein können. Der "Harmonisierende Politikbegriff" tritt sowohl zusammen mit dem "Konservierenden Politikbegriff" als auch mit dem "Emanzipatorischen Politikbegriff" auf. Der "Emanzipatorische Politikbegriff" ist im Faktorenmuster abgeschwächt; ihm fehlt die Forcierung der Interessenskomponente und die Absage an unhinterfragte Autorität und Führungsansprüche. Der forcierte "emanzipatorische Politikbegriff" tritt in der Korrelation des "konfliktorientierten" mit dem "emanzipatorischen Politikbegriff" hervor.

Im Rückbezug auf die Hypothesen zur Faktorenanalyse lassen sich folgende Feststellungen treffen:

1. Die Einzelbegriffe sind in der Stichprobe sinnhaft verbunden. Es gibt fünf Faktoren, die den Zusammenhang der einzelnen Kategorien als Politikbegriffe bestimmen bzw. erklären.

2. Der empirische Zusammenhang rekonstruiert teilweise die hypothetisch formulierten Politikbegriffe. Es ist aber zu bemerken, daß diese "empirischen Politikbegriffe" weniger deutlich als die analytischen Begriffssysteme auftreten. Sie sind offensichtlich affektiv beeinflußt. Sowohl seitens des konservierenden, als auch seitens des emanzipatorischen Politikbegriffes zeigen sich Abschwächungen und Vermischungen.

3. Es gibt einen empirischen Zusammenhang, der den emanzipatorischen Politikbegriff darstellt. In diesem Begriff wird "Legitimität" und "Konsens" nicht mitassoziiert. Die Zwecke des emanzipatorischen Politikbegriffes (Legitimität durch Herstellen eines Konsens anhand von Partizipation und Kommunikation unter konfligierenden Interessen; also "Diskurs") werden im vorliegenden Zusammenhang ausgeklammert. Dafür wird aber "Integration" als Teilbegriff dieses Politikbegriffes verstanden. Der Faktor bezieht sich hier mehr auf die Ebene der Mittel als auf die der Zwecke. Es ist zu beachten, daß die interessen- und konfliktorientierte Perspektive des emanzipatorischen Politikbegriffes als eigener Faktor auspartialisiert ist.

4. Die Kategorie "Konflikt" zeigt im Faktorenmuster überraschende Assoziationen: dieser Begriff lädt in verschiedenen Faktoren hoch und konstituiert den letzten extrahierten Faktor.
Während "Konflikt" logischerweise zum "Emanzipatorischen Politikbegriff" in den Ausprägungen des Faktors 3 und des Faktors 5 und andererseits logischerweise zum Gegenpol des "Konservierenden Politikbegriffes" gehört, zeigt die Einbeziehung dieses Begriffs in den abgelehnten Faktor 2 "Formaler Machtbegriff", daß unabhängig von den kategorialen Politikbegriffen starke Ressenti-

ments gegen "Konflikt" als politische Kategorie existieren. Ähnliches deutet sich auch für die Kategorie "Interessen" an. (Vgl. Kommunalität und Faktorenmuster)

d) Politikbegriffe und soziale Situation

Die Ausprägung von Politikbegriffen kann nicht für sich begriffen werden. Es ist zu erwarten, daß die soziale Situation beeinflußt, was jeweils als "politisch" wahrgenommen wird und unter welchen Interpretationsrastern soziale Wirklichkeit als politische Wirklichkeit begriffen wird.
Aus der Analyse von WALLRAVEN geht hervor, daß die Interpretationsraster des "Politischen" in der politischen Pädagogik der BRD phasenartige Schwerpunktverschiebungen erfuhr (WALLRAVEN 1976). Es kann also zumindest ein - über den Zeitpunkt der politischen Primärsozialisation bestimmter - Alterseinfluß unterstellt werden.
Wenn die Politikbegriffe als abhängig von den Sozialdaten "Beruf", "Schulbildung", "Alter" und von "Parteipräferenz" analysiert werden (98), dann stellt sich heraus, daß v.a. "Parteipräferenz" und "Alter", weniger dagegen "Schulbildung" und "Beruf", die Ausprägung der Politikbegriffe bestimmen. Insgesamt wird der "Konservierende Politikbegriff" und der "Emanzipatorische Politikbegriff" am stärksten durch diese sozialsituativen Indikatoren zusammen bestimmt, am wenigsten die Ausprägung eines "Harmonisierenden Politikbegriffs". (98) Die Determinanten der Zustimmung und Ablehnung für die hier verwendeten Politikbegriffe sind in der Übersicht **28** zusammengestellt.

ÜBERSICHT 28: SOZIALSITUATIVE DETERMINANTEN DER POLITIKBEGRIFFE

... POLITIKBEGRIFF	KONSERVIERENDER	EMANZIPATORISCHER	HARMONISIERENDER	KONFLIKTORIENTIERTER
Zustimmung = positive Abweichung	o "konservativ" und "liberal-konservativ" o über 46 Jahre o "Staatsbezogenheit" und "sonstige Berufe" o Volksschule und Mittelschule	o "links" und "sozialliberal"	o "konservativ" und "liberal-konservativ"	"Links"
Ablehnung = negative Abweichung	o "Links" und "sozialliberal" o bis 26 Jahre o Studenten	o "konservativ" und "liberal-konservativ o über 46 Jahre o "Staatsbezogenheit"	o "Links" o "sonstige Berufe" o Volksschule und Mittel schule	o "konservativ" o über 46 Jahre o Staatsbezogenheit"

D) Resümee zum politischen Verhalten i.w.S.

- In dem vorliegenden Bevölkerungssegment ist eine sehr hohe Ausprägung politischer Aktivitäten im Rahmen der etablierten politischen Institutionen zu konstatieren. Neben und zu der hohen Ausprägung der Mitgliedschaft in politischen Parteien tritt eine bemerkenswert hohe Involviertheit in Parteifunktionen und politischen Ämtern auf.
- Diese hohe politische Aktivität ist neben der hohen Schulbildung und der Bezogenheit auf politische Bildung ein bestimmendes Merkmal dieser Grundgesamtheit.
- In der politischen Meinung der Befragten dominiert eine SPD-Präferenz. Insgesamt ist eine sozialliberale und liberalkonservative Haltung bei 3/4 der Befragten festzustellen.
- In den Politikbegriffen treten auch dementsprechend Vermischungen von theoretischen Positionen auf.
  Im Antwortverhalten der Befragten auf die Liste von politischen Kategorien lassen sich fünf Politikbegriffe unterscheiden:
  a) ein positiv bewerteter, abgeschwächter Emanzipatorischer Politikbegriff, der sich an der Figur des Diskurs orientiert;
  b) ein ebenfalls deutlich positiv bewerteter Zusammenhang, der auf den Begriff einer "Harmonisierenden Ordnung" verweist;
  c) ein weniger positiv bewerteter Konservierender Politikbegriff, der auf die Erhaltung des Status quo abzielt;
  d) ein ebenso weniger positiv bewerteter Zusammenhang, der aber in die Gegenrichtung verweist, nämlich ein interessenorientierter Politikbegriff, der Autorität und Führung ablehnt.

e) ein negativ bewerteter formaler Machtbegriff, der sich aber anscheinend über die Ablehnung von Kategorien konstituiert.

Eine politische Kategorie, die in der Stichprobe sehr unterschiedlich beurteilt wird, ist die des "Konflikts": "Konflikt" wird als politische Kategorie einmal sehr positiv, zum anderen aber sehr negativ beurteilt.
Der Harmonisierende Politikbegriff korreliert sowohl mit einem emanzipatorischen Politikbegriff als auch mit einem konservierenden Politikbegriff. Der in der Stichprobe festgestellte emanzipatorische Politikbegriff hat zwei Richtungen, einmal gekoppelt mit einem Harmoniebestreben, zum zweiten gekoppelt mit einer interessenbetonten Konfliktorientierung.
Die Politikbegriffe zeigen deutliche Zusammenhänge mit der Parteipräferenz und dem Alter der Befragten. Die Parteipräferenzen sind mit den Politikbegriffen logisch stringent verbunden.

- Während die Parteipräferenzen mit Schulbildung, Beruf und Wohnortgröße zusammenhängen, ist für die politische Aktivität nur ein Zusammenhang mit der Parteipräferenz festzustellen: je stärker die politische Aktivität, desto stärker ist die parteipolitische Abgrenzung (= Polarisierung in der parteipolitischen Bindung).

2.3.4 Fragestellung der Sekundäranalyse: "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten der Befragten?"

Die sekundäranalytischen Problemstellungen werden im Vergleich zu den vorhergehenden Untersuchungen mit etwas anderen Schwerpunkten betrachtet. Die Stichprobe, die hier betrachtet wird, ist sehr homogen. Ferner wurde die Stichprobendefinition nicht über eine Quotierung von Merkmalen,

sondern über ein "natürliches" Merkmal - das Abonnement der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" - gewonnen. Die Befragten stellen schon ein sehr spezielles Bevölkerungssegment dar, deshalb habe ich auf weitere Segmentationen über Clusteranalysen verzichtet. In den folgenden Analysen konzentriere ich mich auf solche Analysen, die die wesentlichen Stichprobenmerkmale konstant halten und so innerhalb dieses homogenen Bevölkerungssegments deren Besonderheiten als Bedingungen kommunikativen und politischen Verhaltens analysieren.

2.3.4.1 Bivariate Zusammenhänge

Im folgenden wird varianzanalytisch geprüft, inwiefern sich Gruppierungen nach Parteipräferenz, Schulbildung und politischen Aktivitäten in den Politikbegriffen, Informationsabsichten und Mediengratifikationen unterscheiden. Die Überschneidungen der Gruppen bleiben dafür vorerst unberücksichtigt (vgl. oben zur Problematik von Scheinkorrelationen). Die Gruppenunterschiede in den Politikbegriffen wurden oben (vgl. S. 377f) schon genauer bestimmt, sie sind hier lediglich aus Gründen der Vergleichbarkeit mit angegeben. In der Tabelle 53 wird das Ergebnis der einfachen Varianzanalyse dargestellt, indem die Gruppendifferenzen in der Abweichung vom Gesamtmittelwert symbolisiert werden. Sowohl die Politikbegriffe, als auch die Informationsabsichten werden in den Parteipräferenz- und Bildungsgruppen, kaum aber in den Gruppen der politischen Aktivität signifikant unterschieden. Während "Emanzipation" und "Handlungsorientierung" als Dimensionen der Informationsabsichten von "Linksorientierten" positiv und von Konservativen negativ bewertet werden, zeigt sich für eine "Nachrichtenorientierung" die Umkehrung: sie wird von Konservativen signifikant positiver als von "Linksorientierten" bewertet. Wird die Schulbildung dazu betrachtet, so tritt die gegensätzliche Bewertung von "Emanzipation" und "Nachrichtenorien-

TABELLE 53: INFORMATIONSABSICHTEN UND POLITIKBEGRIFFE
VARIANZANALYSE NACH PARTEIPRÄFERENZ, SCHULBILDUNG UND
POLITISCHER AKTIVITÄT.

	PARTEIPRÄFERENZ					SCHULBILDUNG					POLITISCHE AKTIVITÄT				
	1	2	3	4	Sign.	1	2	3	4	Sign.	0	1	2	3	Sign.
INFORMATIONSABSICHTEN															
"Emanzipation"	++	o	-	--	.000	--	--	o	o	.003	o	+	o	-	n.s.
"Handlungsorientierung"	++	o	-	-	.000	o	-	o	o	n.s.	-	+	+	++	.000
"Nachrichtenorientierung"	--	o	o	+	.002	++	+	o	o	.020	o	o	o	o	n.s.
"Fachlich-berufliche Orientierung"	o	o	o	o	n.s.	-	o	-	o	.001	o	o	o	-	n.s.
POLITIKBEGRIFFE															
Konservierender Politikbegriff	--	-	+	++	.000	++	++	o	-	.000	o	-	o	-	n.s.
Formaler Machtbegriff	--	o	+	+	.000	--	-	-	+	.000	o	o	o	++	.071
Emanzipatorischer Politikbegriff	+	+	-	--	.000	-	-	o	o	.074	o	o	o	o	n.s.
Harmonisierender Politikbegriff	--	o	o	o	.037	--	-	o	o	.002	o	-	+	+	n.s.
Konfliktorientierter Politik begr.	++	o	o	--	.000	o	o	o	o	n.s.	o	o	o	-	n.s.

: PARTEIPRÄFERENZ 1 = Links; 2 = Sozialliberal; 3 =Liberalkonservativ; 4 = Konservativ
SCHULBILDUNG 1 = Volksschule; 2= Mittelschule; 3= Abitur; 4 =Hochschule
POLIT.AKTIVITÄT o = keine; 1 = eine; 2 = zwei; 3 = drei und mehr

TABELLE 54: MEDIENGRATIFIKATION UND POLITISCHE AKTIVITÄT

MEDIENGRATIFIKATION	POLITISCHE AKTIVITÄT					
	0	1	2	3	Sign.	Lin.
Informations- und Kritikfunktion der politischen Wochenzeitungen	o	o	o	o	.840	ja
Handlungsorientierung durch politische Wochenzeitungen	-	o	+	++	.035	ja
Informations- und Kritikfunktion des Fernsehens	+	-	-	+	.012	nein
Handlungsorientierung durch das Fernsehen	-	o	o	+	.336	ja

Sign. = Signifikanz des F-Wertes der Varianzanalyse

Lin. = Linearität nach Linearitätstest

"--";"-" = sehr stark / stark unterdurchschnittlich
"++";"+" = sehr stark / stark überdurchschnittlich
"o" = durschschnittlich

tierung" hervor: Nicht-Abiturienten bewerten in der Stichprobe "Nachrichtenorientierung" positiver und "Emanzipation" negativer als Abiturienten und Hochschulabsolventen. Die "Handlungsorientierung" zeigt aber keinen signifikanten Bildungseinfluß, d.h. daß der, in der Stichprobe angelegte, Zusammenhang von Parteipräferenz und Schulbildung durchbrochen wird.
Die "Handlungsorientierung" ist die einzige Dimension der Informationsabsichten, die hochsignifikante Gruppendifferenzen der politischen Aktivität aufweist. Dieser bivariate Zusammenhang hat m.E. beträchtliche Bedeutung, da die Stichprobe - wie bereits ausführlich erörtert - ein hochpolitisiertes Bevölkerungssegment erfaßt. Selbst in diesem Segment ist festzustellen, daß kommunikationsrelevante Einstellungen zu politischen Wissens- bzw. Informationsdimensionen sich v.a. auf passiv-rezeptive Aspekte beziehen, und daß reflexiv-handlungsorientierte Aspekte vorwiegend mit der faktischen politischen Aktivität zusammenhängen.
Im folgenden wird dieser bivariate Zusammenhang unter kontrollierten Bedingungen genauer zu analysieren sein.
Ähnliche Beziehungen treten auch in der Bewertung des Gratifikationspotentials der Medien "Wochenzeitung" und "Fernsehen" auf (vgl. Tabelle 54). Während bei zunehmender politischer Aktivität Wochenzeitungen stärker unter dem Aspekt der Handlungsorientierung betrachtet werden, gilt das nicht für die Kritik- und Informationsfunktion der Wochenzeitungen. Das Fernsehen wird dagegen in seiner Kritik- und Informationsfunktion, nicht aber unter dem Aspekt der Handlungsorientierung zwischen den Gruppen der politischen Aktivität signifikant (aber nicht linear) unterschiedlich bewertet.
Bezogen auf den Gesamtdurchschnitt lassen sich politisch nicht Aktive und politisch sehr stark Aktive folgendermaßen unterscheiden:

Während politisch nicht Aktive die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens positiv betonen und die Wochenzeitung weniger unter dem Aspekt der Handlungsorientierung betrachten, wird die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens bei politisch Aktiven ebenfalls positiv betrachtet, aber gleichzeitig die Handlungsorientierung bei politischen Wochenzeitungen hervorgehoben.

2.3.4.2 Kontrollierte Einflußmodelle: Kovarianzanalysen und multiple Regression mit Dummy-Variablen

Die Analysebedingungen der vorliegenden Daten unterscheiden sich gegenüber den beiden vorher analysierten Studien u.a. darin, daß das Erhebungsdesign auf einer Zufallsstichprobe aus einer spezifischen - in vielen Merkmalen schief verteilten - Grundgesamtheit beruht. Die beiden anderen Studien haben die Stichprobe über konstant gehaltene Kriterien (Schulbildung, Geschlecht, Alter etc.) definiert, und so mögliche Interaktionen zwischen den quotierten Kriterien künstlich reduziert. In der hier vorliegenden Datenquelle müssen die sozialsituativen Komponenten durch statistische Analyseverfahren konstant gehalten werden. Um dies zu erreichen, kann man entweder von partiellen Korrelationsmatrizen ausgehen, in denen die betreffenden Merkmale kontrolliert sind (dies erfordert aber wiederum ein mindestens ordinales Niveau der Merkmale) (99), oder man bezieht diese Merkmale in die Modelle ein, über die man kontrollierte Aussagen treffen will. In den regressionsanalytischen Ansätzen werden aber intervallskalierte Daten vorausgesetzt, während sozialsituative Merkmale meist nominalskaliert sind. In der Verfahrensklasse der multiplen Regression wird dieses Problem durch die Bildung von sogenannten Dummy-Variablen gelöst, durch die ein nominales Kriterium in eine Reihe von dichotomen - und somit korrelationsfähigen - Kriterien umgewandelt wird (vgl. GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973; KIM/KOHOUT 1975).

Die multiple Regression mit Dummy-Variablen als unabhängige Variable ist eine Kombination der Regressionsanalyse mit der Varianzanalyse. Aus der multiplen Varianzanalyse entwickelt, läßt sich sagen, daß die Kovarianzanalyse eine multiple Varianzanalyse ist, in der sowohl nominalskalierte wie intervallskalierte unabhängige Variablen auftreten. In dieser Terminologie werden die nominalskalierten unabhängigen Variablen als "Faktoren", die intervallskalierten unabhängigen Variablen als "Kovariate" bezeichnet. Ich werde im folgenden die nominalskalierten Unabhängigen als "Varianzfaktoren" bezeichnen, um Verwechslungen mit der faktorenanalytischen Terminologie zu vermeiden. Kovarianzanalysen können entweder dazu dienen, im varianzanalytischen Design metrische Variable zu kontrollieren, oder sowohl metrische als auch nicht metrische Variablen als Effektvariablen zu analysieren (Regressionsansatz). Wenn man korrelierte Varianzfaktoren annehmen muß - was in den vorliegenden Kovarianzanalysen der Fall ist - dann ist die Erweiterung der multiplen Varianz- bzw. Kovarianzanalyse auf die multiple Klassifikationsanalyse sehr vorteilhaft, weil darin die Effekte der einzelnen Merkmalsausprägungen erfaßt werden (KIM/KOHOUT 1975). Die multiple Klassifikationsanalyse ist aber nur sinnvoll, wenn keine signifikanten Interaktionseffekte der Varianzfaktoren auftreten.

Diese Bemerkungen über Kovarianzanalysen sollten dem allgemeinen Verständnis für die nachfolgende systematische Analyse verschiedener Hypothesenklassen dienen, deren Design in Übersicht 29 dargestellt ist.

Zunächst muß das gewählte Verfahren (100) durch einige formale Hypothesen bzw. Annahmen charakterisiert werden: Die Effekte der Varianzfaktoren sind korreliert, d.h. nicht orthogonal. Daraus folgt: Die Effekte stehen in einer hierarchischen Ordnung.

ÜBERSICHT 29: ANALYSEDESIGN FÜR MULTIVARIATE VARIANZ- UND KOVARIANZANALYSEN

KRITERIUMSVARIABLEN	VARIANZFAKTOREN[+]	KOVARIATE[++]
A. Nutzung von bestimmten Inhaltsklassen der Beilage	1. Parteipräferenz	A. Mediengratifikationen Wochenzeitung/Fernsehen
B. Mediengratifikationen	2. Berufsklassen	B. Informationsabsichten
C. Informationsabsichten	3. Schulbildung	C. Politikbegriffe
D. Politische Aktivität	4. Alter	D. Politikbegriffe
E. Politische Aktivität		E. Informationsabsichten

VERFAHREN: Varianzfaktoren und Kovariate werden zur Erklärung der Kriteriumsvariablen eingesetzt. Die Effekte auf die Kriteriumsvariablen werden folgendermaßen hierarchisch kontrolliert:
1: Varianzfaktoren nach jeweils allen vorhergehenden Varianzfaktoren
2: Kovariante nach allen Varianzfaktoren und den jeweils vorhergehenden Kovariaten
3. Interaktionseffekte nach allen Kovariaten, Varianzfaktoren und den jeweils niedrigeren Interaktionen

[+] In der Varianzanalyse werden nicht-metrische unabhängige Variable als "Faktoren" bezeichnet, womit aber keine faktorenanalytischen Begriffe gemeint sind; solche Variable werden deshalb hier als "Varianzfaktoren" bezeichnet.

[++] Als "Kovariate" werden im varianzanalytischen Design die metrischen unabhängigen Variablen bezeichnet; diese Bezeichnung ist vom Kovarianztheorem der Abweichungsprodukte zu unterscheiden.

Die Interaktionen zwischen den Kovariaten und den Varianzfaktoren gehen gegen Null, wenn die Effekte zwischen den Varianzfaktoren und den Kriteriumsvariablen bereits festgesetzt sind.
Die nach Auspartialisierung von Varianzfaktor- und Kovarianzeffekten verbleibenden Interaktionseffekte sind nicht signifikant.
Die hierarchische Ordnung der Effekte ist:

1. Die Varianzfaktoreneffekte,
   die wiederum der Ordnung Parteipräferenz (direkt) - Beruf, Schulbildung, Alter folgen, d.h. Alterseffekte sind nur diejenigen Effekte, die nicht schon in den vorhergehenden Effekten (z.B. in Parteipräferenz) enthalten sind.
2. Kovarianzeffekte,
   die übrigbleiben, wenn alle Varianzfaktoreneffekte und die jeweils vorhergehenden Kovarianzeffekte justiert sind.
3. Interaktonseffekte der Varianzfaktoren,
   wenn alle Effekte der Varianzfaktoren und der Kovarianz justiert sind. (s.o.)

Diese Annahmen spezifizieren das Verfahren der Kovarianzanalyse, das damit nicht mit einem normalen, sondern mit einem hierarchischen regressionsanalytischen Ansatz operiert.

Nun zu den <u>inhaltlichen Hypothesen</u>:
In der Terminologie verwende ich zur Kennzeichnung der Kovariaten "in Zusammenhang mit ... " und zur Kennzeichnung der Varianzfaktoren "abhängig von ... ".

A) Die Nutzung von bestimmten Inhaltsklassen der Beilage ist abhängig von der Parteipräferenz und der beruflichen Situation, sowie von der Schulbildung und dem Alter der Befragten. Die Nutzung steht ferner im Zusammenhang mit dem "rezeptiv-informativen" und dem "reflexiv-handlungsorientierten" Erleben anderer Medien.

B) Die Wahrnehmung der Medien "politische Wochenzeitung" und "Fernsehen" steht im Zusammenhang mit den Informationsbedürfnissen bzw. -absichten der Befragten; sie wird darüberhinaus durch die Parteipräferenz, die berufliche Situation, die Schulbidlung, das Alter der Befragten beeinflußt.

C) Die Informationsbedürfnisse bzw. -absichten sind im Zusammenhang mit den jeweiligen Politikbegriffen abhängig von der Parteipräferenz, der beruflichen Situation, der Schulbildung, dem Alter der Befragten.

D) Die politische Aktivität ist im Zusammenhang mit den jeweiligen Politikbegriffen abhängig von der Parteipräferenz, der beruflichen Situation, der Schulbildung, dem Alter der Befragten. (Hypothese gilt speziell für Beilage-Abonnenten)

E) Die politische Aktivität ist im Zusammenhang mit den jeweiligen Informationsabsichten abhängig von der Parteipräferenz, der beruflichen Situation, der Schulbildung, dem Alter der Befragten.

A) Kovarianzanalytische Überprüfung der Hypothesenklasse A

Hypothesenklasse A:
Die Nutzung von bestimmten Inhaltsklassen der Beilage ist abhängig von der Parteipräferenz und der beruflichen Situation, sowie von der Schulbildung und dem Alter der Befragten. Die Nutzung steht ferner im Zusammenhang mit dem "rezeptiv-informativen" und dem "reflexiv-handlungsorientierten" Erleben anderer Medien.

Diese Hypothese wurde mit einzelnen Kovarianzanalysen überprüft, in denen Parteipräferenz, Beruf, Schulbildung und Alter als varianzanalytische Faktoren und die "rezeptiv-informative" und "reflexiv-handlungsorientierte" Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen und von Fernsehen als Kovariate erfaßt wurden.

a) Effekte auf die Nutzung von Beiträgen zur "Dritten Welt"

Die Variation des Faktorenwertes für die Nutzung von Beiträgen zum Thema "Dritte Welt/Entwicklungshilfe" (Leitfaktor Lesen des Beitrages von HÖPKER: "Wandel und Umbruch im südlichen Afrika", FL = .736) konnte nicht signifikant erklärt werden (p = .408).

b) Effekte auf die Nutzung von Beiträgen zum Thema "Demokratischer Rechtsstaat"

Die Variation des Faktorenwertes für die Nutzung dieser Inhaltsklasse konnte durch die Kovarianzanalyse signifikant erklärt werden (p = .008).
Die Haupteffekte der Varianzfaktoren sind hochsignifikant, wobei die Nutzung dieser Inhaltsklasse sowohl durch die berufliche Situation (p = .003) als auch durch die Schulbildung (p = .005) bestimmt wird. Wenn alle anderen Faktoren und Kovariate auspartialisiert sind, zeigt sich, daß die unter "Sonstige" zusammengefaßten Berufsgruppen eine negative Abweichung aufweisen; für die Schulbildung kann der Effekt dahingehend präzisiert werden, daß diejenigen ohne Abitur diese Beiträge häufiger gelesen haben.
Der Effekt der Kovariaten ist ebenfalls signifikant (p = .007). Wenn die Varianzfaktoren auspartialisiert sind, so bleibt immer noch ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung dieser Inhaltsklasse und der Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen unter reflexiv-handlungsorientierten Aspekten (p = .001; beta = .15).

c) Effekte auf die Nutzung der Beiträge zum Rechtsextremismus und Nationalsozialismus

Die Variation in der Nutzung der beiden Beiträge von BROSZAT und ARNDT/SCHEFFLER wird in der Kovarianzanalyse nicht signifikant erklärt (p = .375).

Für die Hypothese A ist damit insgesamt festzustellen, daß die Nutzung von bestimmten Inhaltsklassen nicht ohne weiteres in der Stichprobe aufzuklären ist. Lediglich die Nutzung von Beiträgen mit einer aktuellen, auf Deutschland bezogenen Thematik wird in der Kovarianzanalyse signifikant erklärt. Dabei zeigt sich, daß v.a. der Eigenbezug in der Nutzung dieser Beiträge eine wesentliche Rolle spielt: es besteht ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen unter reflexiv-handlungsorientierten Aspekten und der Zuwendung zu dieser Beitragsklasse. Die Substitution der Mediengratifikationen durch Politikbegriffe zeigte keinen signifikanten Effekt für die Politikbegriffe als Kovariate.

B) Kovarianzanalytische Überprüfung der Hypothesenklasse B

Hypothesenklasse B:
Die Wahrnehmung der Medien "politische Wochenzeitungen" und "Fernsehen" steht in Zusammenhang mit den Informationsbedürfnissen bzw. -absichten der Befragten; sie wird darüberhinaus durch die Parteipräferenz, die berufliche Situation, die Schulbildung und das Alter der Befragten bestimmt.

Diese Hypothese wurde für die rezeptiv-informative Wahrnehmung der Wochenzeitung und des Fernsehens und für die reflexiv-handlungsorientierte Wahrnehmung dieser Medien durch Kovarianzanalysen überprüft (siehe Analysedesign).

a) Effekte auf die rezeptiv-informative Wahrnehmung der politischen Wochenzeitungen

Die rezeptiv-informative Wahrnehmung der politischen Wochenzeitungen wird in der Kovarianzanalyse signifikant erklärt.
Dabei wird diese Wahrnehmung hauptsächlich durch die Dimensionen der Informationsabsichten als Kovariate ($p = .001$) bestimmt; durch die Varianzfaktoren direkt findet sich nur ein tendenzieller Effekt ($p = .073$),

der hauptsächlich auf die berufliche Situation (p = .038) zurückgeht. Für die sozialsituativen Variablen finden sich aber signifikante Effekte für Zwei-Weg-Interaktionen, nachdem die direkten Varianzfaktoren und Kovariaten auspartialisiert sind: die rezeptiv-informative Funktionszuschreibung für politische Wochenzeitungen wird beeinflußt durch: Beruf und Schulbildung (p = .015); Beruf und Alter (p=.025); Schulbildung und Alter (p = .002). Da die Interaktionseffekte signifikant sind, kann die multiple Klassifikation zur detaillierten Bestimmung der Effekte nicht interpretiert werden.

Die rezeptiv-informative Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen wird signifikant durch die Kovariaten "Informationsabsichten" bestimmt. Für diese Bestimmung lassen sich standardisierte Regressionskoeffizienten angeben, die nach den Varianzfaktoren und vorausgehenden Kovariaten auspartialisiert sind:

Kovariate: ... Informationsabsichten	Regressionskoeffizient	Signifikanz des Effektes
Emanzipatorische	.099	.014
Handlungsorientierte	-.032	.448
Nachrichtenorientierte	.246	.001
Fachlich orientierte	.085	.064

b) Effekte auf die rezeptiv-informative Wahrnehmung des Fernsehens

Während diese Wahrnehmung für Wochenzeitungen signifikant erklärt wurden, gilt dies nicht für das Medium Fernsehen (p = .628).

c) Effekte auf die reflexiv-handlungsorientierte Wahrnehmung der politischen Wochenzeitungen

Die reflexiv-handlungsorientierte Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen wird durch die Kovarianzanalyse signifikant (p = .001) erklärt, und zwar hauptsächlich durch die Informationsabsichten als Kovariate (p = .001), dann durch die Varianzfaktoren zusammen (p = .029). Die Interaktionen der Varianzfaktoren üben keinen signifikanten Einfluß (p = .492) aus.
Von den sozialsituativen Variablen beeinflußt v.a. das Alter der Befragten die Wahrnehmung der Wochenzeitungen unter reflexiv-handlungsorientierten Aspekten (p = .032) und zwar derart, daß bis 26-Jährige diese Wahrnehmung weniger und über 46-Jährige stärker betonen.
Für den Einfluß der Informationsabsichten als Kovariate ergeben sich folgende, nach den Varianzfaktoren und jeweils vorausgehenden Informationsabsichten auspartialisierte, standardisierte Regressionskoeffizienten:

Kovariate	Regressionskoeffizient	Signifikanz des Effektes
Emanzipatorische Informationsabsichten	.079	.033
Handlungsorientierte Informationsabsichten	.220	.001
Nachrichtenorientierte Informationsabsichten	.185	.001
Fachlich orientierte Informationsabsichten	.129	.002

Aus der multiplen Klassifikationsanalyse läßt sich entnehmen, daß die Kovarianzanalyse ca. 13 % (R=.357) der Variation der reflexiv-handlungsorientierten Wahrnehmung von Wochenzeitungen erklärt.

d) Effekte auf die reflexiv-handlungsorientierte Wahrnehmung des Fernsehens

Im Gegensatz zu politischen Wochenzeitungen wird die reflexiv-handlungsorientierte Wahrnehmung des Fernsehens durch die Kovarianzanalyse nicht signifikant erklärt ($p = .463$).
Der stärkste Effekt innerhalb der Kovarianzanalyse ist aber auch hier für die Informationsabsichten als Kovariate festzustellen ($p = .014$).

Kovariate	Regressionskoeffizient	Signifikanz des Effektes
Emanzipatorische Informationsabsichten	.011	.784
Handlungsorientierte Informationsabsichten	.138	.001
Nachrichtenorientierte Informationsabsichten	.044	.307
Fachlich orientierte Informationsabsichten	.007	.868

Für die Hypothese B ist damit insgesamt festzuhalten, daß die Kovarianzanalyse zwar die Hypothese für die Mediengattung "politische Wochenzeitung", nicht aber für "Fernsehen" bestätigt hat. Das Fernsehen spielt in dem hier betrachteten Zusammenhang keine wesentliche Rolle (vgl. Mittelwerte für mediale Gratifikation). Die Kovarianzanalyse zeigt, daß die niedrige Bedeutungszuschreibung für das Fernsehen in der Stichprobe äußerst homogen ist; kein einziger hier diskutierter Faktor beeinflußt diese Bedeutungszuschreibung. Andererseits wird auch in dieser Analyse deutlich, daß

im Erhebungsinstrument des psychologischen Nutzenansatzes die Bewertung der Mediengratifikationen der Bewertung der jeweiligen Informationsabsichten folgt (s.o., S. 289f).

C) Kovarianzanalytische Überprüfung der Hypothesenklasse C

Hypothesenklasse C:
Die Informationsbedürfnisse bzw. -absichten sind im Zusammenhang mit den jeweiligen Politikbegriffen abhängig von der Parteipräferenz, der Schulbildung, der beruflichen Situation und dem Alter der Befragten.

a) Effekte auf die Dimension der "emanzipatorischen Informationsabsichten"

Die Variation des Faktorenwertes für "emanzipatorische Informationsabsichten" wird durch die Kovarianzanalyse signifikant ($p = .001$) erklärt. Alle Effektkategorien (Varianzfaktoren, Kovariate, Interaktionen) sind signifikant.
Die Variation der "emanzipatorischen Informationsabsichten" wird in den Varianzfaktoren durch "Parteipräferenz" ($p=.001$) und "Beruf" ($p = .012$) und durch die Zwei-Weg-Interaktionen dieser Varianzfaktoren jeweils im Zusammenhang mit Alter (Parteipräferenz - Alter: $p = .02$; Beruf - Alter: $p = .042$) erklärt. Für die signifikante Bestimmung durch die Kovariation muß allerdings festgehalten werden, daß in dieser Bestimmung die Effekte der Interaktionen nicht kontrolliert wurden.
Für die Ausprägung "emanzipatorischer Informationsabsichten" ergeben sich folgende standardisierte Regressionskoeffizienten mit den Politikbegriffen, wobei die Koeffizienten für die Varianzfaktoren und die jeweils vorhergehenden Kovariate kontrolliert sind:

Kovariate	Regressions-koeffizient	Signifikanz
Konservierender Politikbegriff	-.180	.001
Formaler Machtbegriff	-.075	.071
Emanzipatorischer Politikbegriff	.310	.001
Harmonisierender Politikbegriff	.028	.499
Konfliktorientierter Politikbegriff	.071	.155

b) Effekte auf die "handlungsorientierten Informationsabsichten"

Die handlungsorientierte Informationsabsicht wird durch die Kovarianzanalyse signifikant (p = .001) erklärt; und zwar gleichermaßen durch die Varianzfaktoren (p = .001) und durch die Kovariate (p = .001). Die Kovarianzanalyse erklärt 12 % (R=.347) der Varianz des Faktorenwertes der handlungsorientierten Informationsabsichten, wobei keine signifikanten Interaktionen auftreten (p = .373).
Die Parteipräferenz hat einen signifikanten (p = .001) Effekt, der v.a. auf eine "Linkspräferenz" zurückgeht. Der signifikante "Berufseffekt" kommt v.a. durch die Ablehnung der Handlungsorientierung in den Informationsabsichten durch die Gruppe der Juristen und Beamten zustande (vgl. Tabelle **55**). Der signifikante Effekt der Kovariation liegt v.a. in dem signifikanten Effekt des "emanzipatorischen Politikbegriffes" auf die handlungsorientierten Informationsabsichten begründet.

Kovariate	Regressions-koeffizient	Signifikanz
Konservierender Politikbegriff	-.076	.078
Formaler Machtbegriff	-.019	.642
Emanzipatorischer Politikbegriff	.176	.001
Harmonisierender Politikbegriff	.017	.688
Konfliktorientierter Politikbegriff	.099	.045

TABELLE 55: Handlungsorientierte Informationsabsichten in Abhängigkeit von Parteipräferenz, Beruf, Schulbildung, Alter und Politikbegriffen als Kovariate

UNABHÄNGIGE VARIABLEN (UV's)		N	nicht justierte Abweichungen	nach UV's justierte Abweichungen	nach UV's und Kovariaten justierte Abweichungen
PARTEIPRÄFERENZ	"Links"	46	.59	.51	.40
	"Sozialliberal"	342	.00	-.02	-.06
	"Liberalkonservativ"	110	-.15	-.10	-.03
	"Konservativ"	78	-.16	-.08	.07
			.23	.19	.15
BERUF	"Lehrer"	298	-.01	.01	.01
	"Wissenschaftler"	167	.16	.09	.08
	"Beamte etc."	111	-.22	-.18	-.13
			.16	.11	.09
SCHULBILDUNG	Volksschule	21	+.00	.15	.17
	Mittelschule	37	-.23	-.04	-.02
	Abitur	131	.07	-.02	+.00
	Hochschule	387	+.00	.00	-.01
			.08	.04	.04
ALTER	unter 26 Jahre	175	.11	.08	.05
	27-35 Jahre	251	.05	.03	.03
	36-45 Jahre	96	-.15	-.11	-.10
	46-60 Jahre	45	-.26	-.16	-.05
	über 60 Jahre	9	-.68	-.56	-.42
			.18	.13	.10

c) Effekte auf die "Nachrichtenorientierten Informationsabsichten"

Durch die Kovarianzanalyse werden ca. 8 % (R=.278) der "Nachrichtenorientierten Informationsabsichten" erklärt, diese Erklärung ist signifikant (p = .009).
Zu dieser Erklärung tragen die Kovariaten stärker (p=.001) als die Varianzfaktoren (p = .021) bei.
Von den Varianzfaktoren weist lediglich die Parteipräferenz einen signifikanten Effekt (p = .001) auf die handlungsorientierten Informationsabsichten auf. Dieser Effekt kann als Ablehnung der Nachrichtenorientierung bei einer "Linkspräferenz" und als deren Zustimmung bei einer "Konservativ-Präferenz" spezifiziert werden (vgl. Tabelle 56). Aber auch wenn die Parteipräferenz auspartialisiert ist, zeigt sich noch ein signifikanter Effekt mit dem konservierenden Politikbegriff (p = .003).
Die standardisierten auspartialisierten Regressionskoeffizienten zeigen folgende Struktur:

Kovariate	Regressionskoeffizient	Signifikanz
Konservierender Politikbegriff	.125	.003
Formaler Machtbegriff	.036	.365
Emanzipatorischer Politikbegriff	.098	.025
Harmonisierender Politikbegriff	.090	.026
Konfliktorientierter Politikbegriff	.082	.084

Daraus ist ersichtlich, daß die Nachrichtenorientierung nicht polarisiert, sondern gewichtet wird, wenn sie in den Zusammenhang mit den Politikbegriffen gestellt wird (vgl. mit der Polarisierung des emanzipatorischen und handlungsorientierten Informationsbedürfnisses).

TABELLE 56: NACHRICHTENORIENTIERUNGEN IN ABHÄNGIGKEIT VON PARTEIPRÄFERENZ, SCHULBILDUNG, BERUF, ALTER UND POLITIKBEGRIFFEN ALS KOVARIATE

UNABHÄNGIGE VARIABLE (UV's)	N	nicht justierte Abweichungen		nach UV's justierte Abweichungen		nach UV's und Kovariaten justierte Abweichungen	
			ETA		BETA		BETA
PARTEIPRÄFERENZ							
"Links"	46	-.23		-.21		-.12	
"Sozialliberal"	342	-.07		-.06		-.05	
"Liberalkonservativ"	110	.15		.13		.09	
"Konservativ"	78	.21		.19		.16	
			.17		.15		.11
BERUF							
Lehrer	298	-.03		-.01		-.01	
Wissenschaftler	167	-.06		-.02		.00	
Beamte etc.	111	.16		.05		.03	
			.10		.03		.02
SCHULBILDUNG							
Volksschule	21	.31		.25		.26	
Mittelschule	37	.15		.06		.08	
Abitur	131	.00		.03		.03	
Hochschule	387	-.03		-.03		-.03	
			.10		.07		.08
ALTER							
bis 26 Jahre	175	-.03		-.04		-.03	
27-35 Jahre	251	-.03		.00		.00	
36-45 Jahre	96	.07		.05		.05	
46-60 Jahre	45	.16		.08		.09	
über 60 Jahre	9	-.01		-.15		-.15	
			.08		.06		.05
multiples R^2					.040		.078
multiples R					.200		.278

D) Kovarianzanalytische Überprüfung der Hypothesenklasse D und E

D. Die politische Aktivität ist im Zusammenhang mit den Politikbegriffen abhängig von der Parteipräferenz, der beruflichen Situation, der Schulbildung und dem Alter der Befragten.

E. Die politische Aktivität ist im Zusammenhang mit den Informationsabsichten abhängig von der Parteipräferenz, der beruflichen Situation, der Schulbildung und dem Alter der Befragten.

Für diese Hypothesen wurden die Kovarianzanalysen anhand von zwei Modellen berechnet: einmal werden die Politikbegriffe, zum anderen die Informationsabsichten als Kovariate eingesetzt. Dadurch läßt sich auch der Effekt der Informationsabsichten und der Politikbegriffe auf die politische Aktivität vergleichen.

a) In dem Modell, in dem die Politikbegriffe als Kovariate eingesetzt sind, erklären nur die Effekte der Varianzfaktoren die Variation der politischen Aktivität ($p = .003$). Signifikante Effekte sind dabei für das Alter und die Parteipräferenz festzustellen (Alter: $p = .018$; Parteipräferenz: $p = .027$). Die Politikbegriffe zeigen, nachdem die Parteipräferenz schon auspartialisiert ist, keine Effekte auf die politische Aktivität.
Anders dagegen im Modell, in dem die Informationsabsichten als Kovariate eingesetzt sind: die Variation der politischen Aktivität wird signifikant erklärt (insgesamt:$p=.001$), und zwar stärker durch die Kovariate ($p = .001$), als durch die Varianzfaktoren ($p = .003$). Von den Varianzfaktoren sind es wiederum "Parteipräferenz" ($p = .024$) und "Alter" ($p = .037$), die signifikante Effekte bewirken. Unter den Kovariaten stellt sich die "Handlungsorientierte Informationsabsicht" ($p = .001$) als die stärkste Variationsquelle (mit einem F-Wert von 48.0 bei einem Freiheitsgrad!) heraus.

Für die Kovariaten ergeben sich in beiden Modellen folgende Effekte:

Kovariate	Regressionskoeffizient	Signifikanz
MODELL "Politikbegriffe"		
Konservierender Politikbegriff	-.056	.322
Formaler Machtbegriff	.075	.161
Emanzipatorischer Politikbegriff	.087	.143
Harmonisierender Politikbegriff	.085	.119
Konfliktorientierter Politikbegriff	.003	.960
MODELL "Informationsabsichten"		
Emanzipatorische Informationsabsichten	-.064	.197
Handlungsorientierte Informationsabsichten	..358	.001
Nachrichtenorientierte Informationsabsichten	-.032	.557
Fachlich orientierte Informationsabsichten	-.067	.239

Die Regressionskoeffizienten sind justiert nach allen Varianzfaktoren (Parteipräferenz, Beruf, Schulbildung, Alter) und nach den jeweils vorangehenden Kovariaten (modellimmanent).
In beiden Modellen ergaben sich signifikante Effekte auf die politische Aktivität durch die Parteipräferenz und das Alter. Die politische Aktivität wird aber im Modell, das die Informationsabsichten ebenfalls als "unabhängige Variablen" einsetzt, stärker durch die Betonung der Handlungsorientierung auf Seiten der Absichtsdimensionen bestimmt. Die Politikbegriffe gehen demgegenüber anscheinend in der Parteipräferenz auf.
Dieses Ergebnis ist m.E. von einiger Relevanz.

Es zeigt, daß auch unter politisch stark Interessierten - als die man die vorliegende Grundgesamtheit bezeichnen darf - sehr starke Differenzierungen im kommunikativen und politischen Verhalten bestehen, und daß diese Differenzierungen sich wesentlich in einer rezeptiven Haltung und einer reflexiv-handlungsorientierten Haltung kontrastieren.

b) Betrachtet man die Ergebnisse der multiplen Klassifikation zur Kovarianzanalyse der politischen Aktivität, so läßt sich der Einfluß der sozialsituativen Variablen auf die politische Aktivität detaillierter beschreiben. (Vgl. Tabelle 57)

Zum Einfluß der Parteipräferenz auf die politische Aktivität

Vorerst wird deutlich, daß die politische Aktivität umso stärker ist, je "extremer" die Parteipräferenz ausgeprägt ist. Eine - in der vorliegenden Operationalisierung - eindeutige "Linksorientierung" und auch "Rechtsorientierung" ist Bedingung für eine hohe politische Aktivität. (Wenn die Modellimplikationen bedacht werden, so heißt das auch, daß umgekehrt bei einer stärkeren politischen Aktivität die politische Meinung stärker polarisiert wird.) Wenn der Einfluß der Parteipräferenz auf die politische Aktivität nach Beruf, Schulbildung und Alter kontrolliert wird, steigt die erwähnte Polarisierung asymetrisch, sie wird v.a. unter den "Linksorientierten" stärker. Werden zusätzlich die Informationsabsichten kontrolliert, so wird der Einfluß der Parteipräferenz wieder symmetrisch: "links" und "konservativ" Orientierte weisen im Gegensatz zu den beiden anderen Gruppen eine höhere politische Aktivität auf.

Zum Einfluß der Berufsgruppen auf die politische Aktivität

Nach den Überlegungen zur Gruppierung nach Berufen im Zusammenhang mit Motiven für ein Abonnement der Wochenzeitung

TABELLE 57: DETERMINANTEN DER POLITISCHEN AKTIVITÄT - MULTIPLE KLASSIFIKATION
KOVARIATE: MODELL A: INFORMATIONSABSICHTEN
MODELL B: POLITIKBEGRIFFE

UNABHÄNGIGE VARIABLE (UV)	OHNE KOVARIATE			MODELL A	MODELL B	
	N	nicht justierte Abweichungen	nach UVs justierte Abweichungen	nach UVs und Kovariaten justierte Abweichungen	N	nach UVs und Kovariaten justierte Abweichungen
1. PARTEIPRÄFERENZ		ETA	BETA	BETA		BETA
"Links"	45	.24	.31	.16	44	.31
"Sozialliberal"	333	-.01	-.01	.00	332	-.02
"Liberalkonservativ"	114	-.17	-.21	-.18	111	-.21
"Konservativ"	75	.18	.19	.18	75	.23
		.12	.14	.11		.15
2. BERUFSGRUPPEN						
Lehrer	295	-.05	-.12	-.11	291	-.10
Wissenschaftler/ Studenten	165	.00	.03	.00	163	-.01
Juristen/Beamte	107	.13	.26	.30	108	.29
		.07	.14	.15		.15
3. SCHULBILDUNG						
Volksschule	19	-.10	-.31	-.34	20	-.24
Mittelschule u.ä.	36	.07	-.15	-.14	36	-.12
Abitur	129	-.09	-.12	-.12	128	-.06
Hochschule	383	.03	.07	.07	378	.04
		.06	.10	.11		.07
4. ALTERSGRUPPEN						
bis 26 Jahre	176	-.10	-.09	-.11	172	-.11
27-35 Jahre	247	-.02	-.03	-.05	244	-.02
36-45 Jahre	92	.28	.29	.32	92	.29
46-60 Jahre	43	.01	.01	.05	43	.05
61 Jahre und älter	9	-.18	-.27	-.11	11	-.34
		.13	.13	.15		.14
multiples R^2			.048	.129		.064
multiples R			.219	.359		.254

"DAS PARLAMENT" ist unter denjenigen, die nicht über den beruflichen Bezug auf politische Bildung motiviert sind, eine stärkere Motivation über politische Aktivitäten zu vermuten. Das bedeutet, es wird eine Verzerrung in der Verteilung der politischen Aktivität über die Definition der Grundgesamtheit unterstellt. Tatsächlich zeigt sich, daß Lehrer weniger stark und Beamte stärker politisch aktiv im Sinne der Operationalisierung sind. Diese Polarisierung nach den Berufsgruppen steigt mit zunehmender Kontrolle nach den übrigen Modellvariablen (Tabelle 57). Die Berufsgruppe der Juristen und Beamten ist in der formalen politischen Aktivität tatsächlich allgemein stark vertreten. Aufgrund der spezifischen Stichprobensituation kann das erhaltene Ergebnis jedoch nicht auf Berufsgruppenphänomene verallgemeinert werden.

Zum Einfluß der Schulbildung auf die politische Aktivität

Für die Schulbildung ergeben sich ähnliche Stichprobenüberlegungen wie zur beruflichen Situation. Im vorliegenden Zusammenhang ist dann aber zu erwarten, daß die politische Aktivität unter Nicht-Abiturienten höher als unter den Abiturienten sei. Teilweise deutet sich das in der unkontrollierten Betrachtung von Schulbildung und politischer Aktivität an (Tabelle 57). Wenn der Einfluß der Schulbildung auf die politische Aktivität jedoch mit den übrigen Modellvariablen kontrolliert wird, so ergibt sich, daß die politische Aktivität mit zunehmender Schulbildung steigt, d.h. die Stichprobenverzerrung konnte aufgehoben werden.

Zum Einfluß von Alter auf die politische Aktivität

Die Altersgruppen wurden nach Sozialisationsphasen gebildet. Der Alterseinfluß auf die politische Aktivität bleibt auch unter Kontrolle der übrigen Modellvariablen annähernd konstant (vgl. Tabelle 57). Die politische Aktivität ist in der Gruppe der 36-45-Jährigen, also derjenigen, die voll im Beruf stehen - am stärksten;

sie ist am schwächsten bei denjenigen, die entweder noch in der Phase der beruflichen Sozialisation, oder schon in beruflichen Ablöseprozessen stehen: in der Altersgruppe der unter 26-Jährigen und der über 60-Jährigen.

Aus den bisherigen Ergebnissen deutet sich ein Widerspruch an: die Handlungsorientierung in den Informationsabsichten ist unter Juristen/Beamten und unter Älteren eher schwächer ausgeprägt. Die politische Aktivität ist unter Jüngeren eher schwächer und unter Juristen/Beamten eher stärker ausgeprägt. Die Handlungsorientierung in den Informationsabsichten hat aber einen signifikanten Zusammenhang mit der politischen Aktivität. Auf dieses Syndrom wird im folgenden näher eingegangen, indem Handlungsorientierung und Nachrichtenorientierung in einem Kausalmodell als abhängige Variable eingesetzt und pfadanalytisch deren direkte und indirekte kausale Abhängigkeiten im Modell überprüft werden.

2.3.4.3 Kausale Zusammenhänge: Pfadanalytische Überprüfung eines Kausalmodells für Informationsabsichten

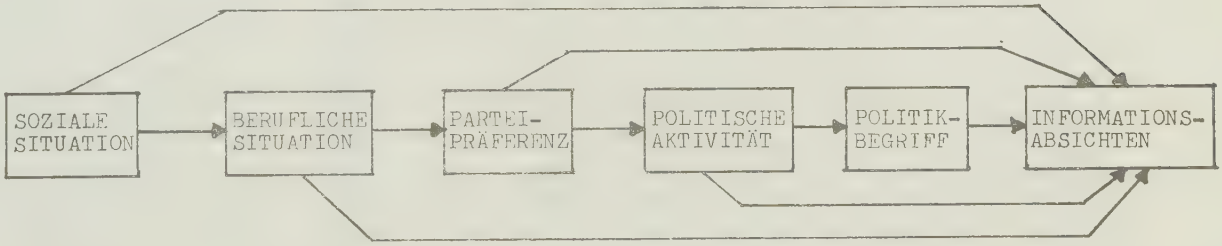
In den vorhergehenden Analysen wurden lineare Modelle benutzt, um sozialsituative Einflüsse zusammen mit den Einflüssen kommunikativen bzw. politischen Verhaltens i.w.S. auf bestimmte Zielvariablen zu analysieren. Diese Analysen waren insofern systematisch, als das gleiche Verfahren mit identischen Varianzfaktoren auf verschiedene Hypothesen angewendet wurde, also nur die Zielvariablen und Kovariaten variiert wurden.
Es hat sich gezeigt, daß in den Dimensionen der Informationsabsichten "Handlungsorientierung" und "Nachrichten-

orientierung" eine besondere Rolle spielen. Im folgenden sollen die Dimensionen der Informationsabsichten als orthogonale Zielvariablen in einem linearen Kausalmodell (101) nach ihren Determinanten analysiert werden. Wenn ein solches Modell postuliert und in wiederholten multiplen Regressionen systematisch abgearbeitet wird, dann liegt ein pfadanalytisches Verfahren vor (s.o.) .
Das Modell für die Determinanten der Informationsabsichten ist im Schema 30 nach der kausalen Hierarchie dargestellt. "Parteipräferenz" und "berufliche Situation" werden dabei durch Dichotomisierung nach den jeweiligen Merkmalen in sogenannte"Dummy-Variable" aufgelöst. In die Analyse wurden nur diejenigen Versuchspersonen aufgenommen, die Parteipräferenzen angegeben hatten und die aus den Subpopulationen "Lehrer", "Wissenschaftler/Studenten", "Juristen/Beamte" und "Sonstige" hervorgehen.
In der Analyse werden zuerst die direkten kausalen Beziehungen zwischen der abhängigen und den unabhängigen Variablen berechnet, dann wird die, in der Kausalhierarchie zur Zielvariablen nächste, unabhängige Variable als abhängige Variable eingesetzt und aus den hierarchisch nachfolgenden Variablen bestimmt. Dieses Verfahren wird solange wiederholt, bis nur noch die Beziehung zwischen zwei Variablen übrigbleibt (in diesem Fall zwischen Alter und Schulbildung).

Die Ergebnisse dieser Analyse sind in Tabelle 58 aufgelistet, wobei in der Waagrechten die jeweiligen direkten Pfade für die abhängigen Variablen (abhängige Variable in der Senkrechten) angegeben sind (standardisierte multiple Regressionskoeffizienten = Pfadkoeffizienten $\geq$ .10).

Inwiefern die jeweiligen abhängigen Variablen durch die unabhängigen Variablen erklärt werden, bzw. wie hoch dabei die jeweilige Residualvarianz ist, dies wird durch die multiplen Bestimmtheitsmaße (R^2 bzw. R^2justiert; s.o.). angegeben (Tabelle im Anhang). Zwar sind alle Re-

MODELL 30 : KAUSALMODELL FÜR DIE DETERMINANTEN DER INFORMATIONSABSICHTEN
-REKURSIVES MODELL-



1 2 3 4 5

Auspartialisierungsebenen

- o Alter
- o Schulbildung
- o Lehrer
- o Wissenschaftler/Studenten
- o Juristen/Beamte
- o Sonstige
- o Links
- o Sozialliberal
- o Liberalkonservativ
- o Konservativ
- o Konservierender Pb.
- o Formaler Machtbegr.
- o Emanzipatorischer Pb.
- o Harmonisierneder Pb.
- o Konfliktorientierter Pb.

gressionsgleichungen signifikant, aber es ist dennoch festzuhalten, daß die Residualvarianzen für die Bestimmung der politischen Aktivität und der Parteipräferenzen sehr hoch sind. In der Formulierung des Modells sind diese Variable innerhalb des Modells weniger gut erklärt.
In der grafischen Darstellung der Pfade des Kausalmodells habe ich mich aus Übersichtsgründen auf einen Auszug aus den gesamten Ergebnissen beschränkt, die grafische Darstellung soll die Ergebnisse (Tabelle 58) nur anschaulich darstellen (Grafik 31).

Die funktionale Bestimmung für die Nachrichtenorientierung - die in der Stichprobe allgemein positiv ausgeprägt ist - besteht v.a. in der Ausprägung eines Politikbegriffes, in dem eine konservierende und eine harmonisierende Dimension vorherrscht. Das bedeutet: bei den Befragten mit einem solchen Politikbegriff ist die Nachrichtenorientierung noch stärker als bei Befragten mit anderen Politikbegriffen ausgeprägt.

Für eine Handlungsorientierung ist als stärkste Determinante eine hohe politische Aktivität festzustellen. Eine hohe politische Aktivität geht aber in der Stichprobe einmal auf eine hohe Schulbildung und zum anderen auf die Berufsgruppe der "Juristen/Staatsbeamte" und "Sonstige" (siehe Berufsgruppendefinition) zurück.

In den Determinanten der Handlungsorientierung in den politischen Intentionen bleibt der oben (S.396) dargestellte Widerspruch erhalten, kann jetzt aber erklärt werden: Die Handlungsorientierung wird positiv bestimmt durch "politische Links-Präferenz" (LINKS), durch einen "emanzipatorischen Politikbegriff" (PROG) und v.a. durch die "politische Aktivität" (PAKT). Andererseits ist eine negative und direkte Bestimmung der Handlungsorientierung durch das "staatsbezogene Berufsfeld" (STAAT: Juristen, Soldaten, Staats- bzw. Verwaltungsbeamte) und durch

TABELLE 58: REGRESSIONSMODELLE FÜR INFORMATIONSABSICHTEN IM BEREICH "POLITISCHE BILDUNG"

	KONS	FORM	PROG	HARM	KONF	PAKT	LINKS	SLIB	KLIB	KONSV	LEHR	STUD	STAAT	SONST	BILD	ALTER
EMAN	-.205		.257							-.118						
HAND	-.104		.122			.232	.141						-.128			
NACH	.126			.114												
konservierender Politikbegriff							-.182		.188	.281			.106		-.115	.132
formaler Machtbegriff									.108					-.108	.143	.198
emanzipatorischer Politikbegriff									-.126	-.260						-.145
harmonisierender Politikbegriff																.101
konfliktorientierter Politikbegriff										-.132						-.107
Politische Aktivität													.109	-.099	.113	
Parteipräferenzgruppen:																
"Links"															-.097	-.108
"Sozialliberal"															.123	-.117
"Liberalkonservativ"																.118
"Konservativ"																.115
Berufsgruppen:																
Lehrer															.492	
Wissenschaftler/Studenten																-.234
Juristen,Beamte,Verwaltungsangestellte, Soldaten															-.466	
Sonstige (kaufmänn.Berufe,Sozialberufe etc.)															-.244	

ERLÄUTERUNG: waagrecht: unabhängige Variable (von "LINKS" bis"SONST":Dummy-Variable)
senkrecht: abhängige Variable

EMAN : emanzipatorische Informationsabsichten
HAND : handlungsorientierte Informationsabsichten (Zielvariable)
NACH : nachrichtenorientierte Informationsabsichten

AUSPARTIALISIERUNG: unabhängige Variable in Blöcken von rechts nach links:

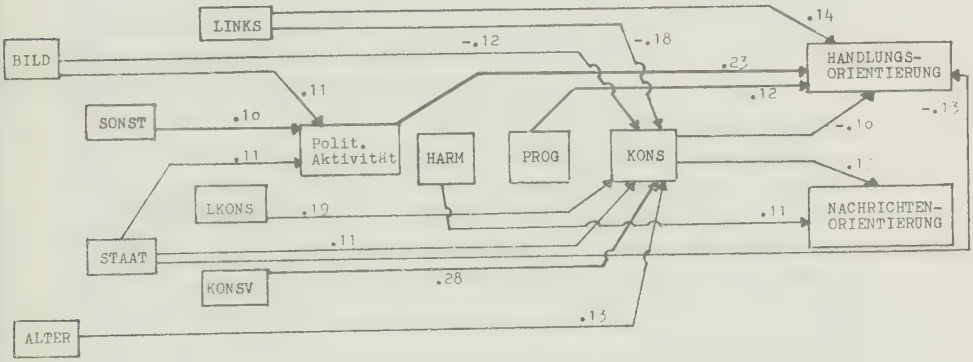
1. Bildung und Alter zusammen
2. Berufsgruppen, berufliche Situation zusammen
3. Parteipräferenz zusammen
4. Politische Aktivität
5. Politikbegriffe zusammen

KOEFFIZIENTEN : standardisierte partielle Regressionskoeffizienten (BETA)

Restriktionen für den Einbezug von Fällen: 1. nur wo Parteipräferenz angegeben
2. nur Subfiles für Lehrer,Wissenschaftler/Studenten, Juristen/Beamte, Sonstige (n=686)

betrachtete Fälle: n= 642

31. DETERMINANTEN HANDLUNGSORIENTIERTER UND NACHRICHTENORIENTIERTER INFORMATIONS-ABSICHTEN (vgl. Tabelle 58 : volle Regressionsergebnisse)



ERLÄUTERUNGEN: standardisierte partielle Regressionskoeffizienten (beta)
nur Koeffizienten ≥ .10

grafische Darstellung der Struktur aus der Tabelle

Abkürzungen:

KONS : konservierender Politikbegriff
PROG : emanzipatorischer Politikbegriff
HARM : harmonisierender Politikbegriff

LINKS : Parteipräferenz "Links" (SPD/DKP)
LKONS : Parteipräferenz "Liberalkonservativ" (CDU/SPD,CDU/FDP,u.Ä.)
KONSV : Parteipräferenz "Konservativ" (CDU/CSU,CSU/NPD)

STAAT : Berufsgruppe "Juristen,Beamte,Soldaten"
SONST : Berufsgruppe "Sonstige,nämlich kaufmänn.Berufe etc.

BILD : formale Schulbildung (Volksschule bis Universitätsabschluß)
ALTER : Alter in Jahren

einen "konservierenden Politikbegriff" gegeben. Die "politische Aktivität" wird aber einmal durch "hohe Schulbildung" (BILD: d.h. hier Universitätsabschluß) und zum anderen durch die nicht auf politische Bildung bezogenen Berufsgruppen (STAAT und SONST.) bestimmt, die aber wiederum durch niedrigere Schulbildung (= kein Universitätsabschluß) bestimmt sind. Dementsprechend zeichnet sich hier ab, daß "Staatsbeamte" zwar im allgemeinen die Handlungsorientierung nicht als relevant begreifen (dafür aber indirekt der Nachrichtenorientierung mehr Wert beimessen), daß aber politisch stark aktive "Staatsbeamte" auch eine starke Handlungsorientierung in ihren Intentionen aufweisen.

Die in der Stichprobe stark betonte "Nachrichtenorientierung" wird besonders stark bei einem Syndrom eines "konservierenden" und "harmonisierenden Politikbegriffes" betont, wobei beide Politikbegriffe v.a. von Älteren wahrgenommen werden.
Bemerkenswert ist, daß alle Informationsabsichten bzw. politische Intentionen unabhängig von Bildung und Alter sind, obwohl diese Beziehung zuerst kontrolliert wurde. Die über Bildung und Alter indizierte soziale Situation bestimmt aber im Modell alle anderen Variablen, so daß indirekte kausale Bestimmungen der Informationsabsichten durch die soziale Situation vorliegen.

Zur Einordnung dieser Ergebnisse sind einige Bemerkungen im Rückgriff auf andere Analyseergebnisse notwendig. Die in diesem Modell eingesetzten "Informationsabsichten" korrelieren untereinander positiv (s.o.).
Insofern ist diese Modellüberprüfung "konservativ", wenn zwischen "Handlungsorientierung" und "Nachrichtenorientierung" antagonistische Determinationen festgestellt wurden.
Für die Wahrnehmung politischer Wochenzeitungen und des Fernsehens wurde oben festgestellt (siehe Abschnitt

"kovarianzanalytische Überprüfung der Hypothesenklasse B", S. 391), daß die Wahrnehmung dieser Medien der Betonung der jeweiligen Intentionen folgt. Dies kann einmal am Erhebungsinstrument liegen (102) oder kann bedeuten, daß die Kommunikationsmedien im Rahmen der Gebrauchswertansprüche der Menschen an die Medien erlebt und auch genutzt werden. Wenn man dieses Theorem des Nutzenansatzes - trotz Zweifel an dem verwendeten empirischen Instrument - übernimmt, dann ist das Ergebnis der pfadanalytischen Überprüfung des vorliegenden Modells auch relevant für die Nutzung entsprechender Inhalte in den Medien.
Diese Annahmen vorausgesetzt, verweisen die Bestimmungen handlungsorientierter Informationsabsichten darauf, warum im Alltag der Massenkommunikation politische Inhalte vorwiegend passiv rezipiert werden: alle positiven Determinanten der "Handlungsorientierung" sind in der Bevölkerung als "Minoritätserscheinungen" ausgeprägt. Dies gilt v.a. für die hier erhobene "politische Aktivität". Selbst in diesem betrachteten Bevölkerungssegment, das sich im politischen Handlungspotential erheblich vom Bevölkerungsdurchschnitt unterscheidet, dominiert eine "Nachrichtenorientierung", ist aber auch eine starke kritisch-distanzierte "Emanzipatorische Orientierung" vertreten - aber eben kritisch distanziert. Der Eigenbezug, der in den handlungsorientierten Intentionen zum Ausdruck kommt, wird als Relevanz deutlich niedriger eingeschätzt. Auch in diesem "politisierten" Bevölkerungssegment scheint "Politik" als Welttheater, wenngleich auf intellektueller Basis; man vermag (und will) Hintergründe und Zusammenhänge deutlicher zu sehen, Kritik zu üben usw., man vermag aber nicht einzugreifen. Auch für den größten Teil dieses Bevölkerungssegmentes gilt, daß sie "Politik" in Publikumsrollen erleben, aber eben als "kritikfähiges" Publikum. Die Handlungsorientierung, die aus der Publikumsrolle hinausführt, ist v.a. bei denjenigen festzustellen, die schon in politischen Rollen handeln.

2.3.4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse zur Fragestellung "Gibt es Zusammenhänge zwischen dem kommunikativen und politischen Verhalten der Befragten?"

- Bezogen auf den Gesamtdurchschnitt lassen sich politisch nicht Aktive und politisch sehr stark Aktive folgendermaßen unterscheiden: während politisch nicht Aktive die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens positiv betonen, und die Wochenzeitungen weniger unter dem Aspekt der Handlungsorientierung betrachten, wird die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens bei politisch Aktiven ebenfalls positiv betrachtet, aber gleichzeitig die Handlungsorientierung bei politischen Wochenzeitungen hervorgehoben. Politisch Aktive weisen eine signifikant stärkere Handlungsorientierung als politisch nicht Aktive auf.
- Die Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen unter reflexiv-handlungsorientierten Aspekten hat einen signifikant positiven Effekt auf die Nutzung der Beiträge zum Thema "Demokratischer Rechtsstaat" in der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT".
- Die Wahrnehmung der Medien "politische Wochenzeitung" und "Fernsehen" folgt der Bewertung der Informationsabsichten.
- Die Betonung "emanzipatorischer Informationsabsichten" ist signifikant positiv von einem "emanzipatorischen Politikbegriff" und signifikant negativ von einem "konservierenden Politikbegriff" abhängig.
- Die politische Aktivität ist unabhängig von den Politikbegriffen.
- Die Betonung "nachrichtenorientierter Informationsabsichten" ist signifikant positiv von einem "konservierenden" aber auch von einem "harmonisierenden Politikbegriff" bestimmt.

- Die "Handlungsorientierung" wird positiv durch "politische Links-Präferenz", durch einen "emanzipatorischen Politikbegriff" und v.a. durch die politische Aktivität bestimmt. Negative Bestimmungen der Handlungsorientierung sind durch ein "staatsbezogenes Berufsfeld" und durch den "konservierenden Politikbegriff" gegeben.

2.3.5. Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse III: Kommunikatives und politisches Verhalten von Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT".

A. Kommunikatives Verhalten

- Die Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT" sind in ihrem Kommunikationsverhalten relativ homogen. Eine Sättigung in der Nutzung der tagesaktuellen Medien darf dabei unterstellt werden. Die Nutzung spezialisierter Informationsmedien im Bereich Politik bzw. politische Bildung ist in diesem Bevölkerungssegment sehr stark vertreten. In diesen Kriterien unterscheidet sich die vorliegende Stichprobe wesentlich vom Bevölkerungsdurchschnitt.
  Aber auch innerhalb dieser homogenen Stichprobe ist festzustellen, daß die Selektivität (hier: schon spezialisierten Inhalten gegenüber) mit steigender formaler Bildung zunimmt.
- In den Informationsabsichten zum Thema "Politik" läßt sich die Dimension der "öffentlichen Teilhabe" weiter ausdifferenzieren. Neben einer Nachrichtenorientierung treten v.a. Handlungsorientierung und emanzipatorische Informationsabsichten hervor. Es ist zu bemerken, daß auch in dieser Stichprobe, die sich durch eine hohe Bildung und eine hohe politische Involviertheit auszeichnet, die "Nachrichtenorientierung" deutlich stärker als die "Handlungsorientierung" als persönliches Anliegen hervorgehoben wird.
- Für die Bewertung der Medien ist in diesem Bezugsrahmen festzustellen, daß das Fernsehen als Informationsmedium sehr kritisch beurteilt wird. Lediglich in den aktuellen Dimensionen "laufende Regierungstätigkeit" und

"Politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt" wird Fernsehen als tendenziell wichtiges Informationsmedium gesehen.

- Die politische Wochenzeitung wird in allen Informationsdimensionen als bessere Gratifikationsmöglichkeit als das Fernsehen betrachtet.
- In den Relationen von Intentionen und medialen Gratifikationsquellen ist insgesamt zu bemerken, daß die Medienimages stärker als die Differenzierungen der Zweckbestimmungen hervortreten.

B. Politisches Verhalten

- In dem vorliegenden Bevölkerungssegment ist eine sehr hohe Ausprägung politischer Aktivitäten im Rahmen der etablierten politischen Institutionen zu konstatieren. Neben und zu der hohen Ausprägung der Mitgliedschaft in politischen Parteien tritt eine bemerkenswert hohe Involviertheit in Parteifunktionen und politischen Ämtern auf.
- Diese hohe politische Aktivität ist neben der hohen Schulbildung und der Bezogenheit auf politische Bildung ein bestimmendes Merkmal dieser Grundgesamtheit.
- In der politischen Meinung der Befragten dominiert eine SPD-Präferenz. Insgesamt ist eine sozialliberale und liberalkonservative Haltung bei 3/4 der Befragten festzustellen.
- In den Politikbegriffen treten auch dementsprechend Vermischungen von theoretischen Positionen auf. Im Antwortverhalten der Befragten auf die Liste von politischen Kategorien lassen sich fünf Politikbegriffe unterscheiden:

a) ein positiv bewerteter, abgeschwächter Emanzipatorischer Politikbegriff, der sich an der Figur des Diskurs orientiert;

b) ein ebenfalls deutlich positiv bewerteter Zusammenhang, der auf den Begriff einer "Harmonisierenden Ordnung" verweist;

c) ein weniger positiv bewerteter "Konservierender Politikbegriff", der auf die Erhaltung des Status quo abzielt;

d) ein ebenso weniger positiv bewerteter Zusammenhang, der aber in die Gegenrichtung verweist, nämlich ein interessenorientierter Politikbegriff, der Autorität und Führung ablehnt.

e) ein negativ bewerteter formaler Machtbegriff, der sich aber anscheinend über die Ablehnung von Kategorien konstituiert.

Eine politische Kategorie, die in der Stichprobe sehr unterschiedlich beurteilt wird, ist die des "Konflikts": "Konflikt" wird als politische Kategorie einmal sehr positiv, zum anderen aber sehr negativ beurteilt.
Der "Harmonisierende Politikbegriff" korreliert sowohl mit einem "Emanzipatorischen Politikbegriff" als auch mit einem "Konservierenden Politikbegriff". Der in der Stichprobe festgestellte "Emanzipatorische Politikbegriff" hat zwei Richtungen, einmal gekoppelt mit einem Harmoniebestreben, zum zweiten gekoppelt mit einer interessenbetonten Konfliktorientierung.
Die Politikbegriffe zeigen deutliche Zusammenhänge mit der Parteipräferenz und dem Alter der Befragten. Die Parteipräferenzen sind mit den Politikbegriffen logisch stringent verbunden.

o Während die Parteipräferenzen mit Schulbildung, Beruf und Wohnortgröße zusammenhängen, ist für die politische

Aktivität nur ein Zusammenhang mit der Parteipräferenz festzustellen: je stärker die politische Aktivität, desto stärker ist die parteipolitische Abgrenzung (= Polarisierung in der parteipolitischen Bindung).

C. Fragestellung: Gibt es Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten?

- Bezogen auf den Gesamtdurchschnitt lassen sich politisch nicht Aktive und politisch sehr stark Aktive folgendermaßen unterscheiden: während politisch nicht Aktive die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens positiv betonen, und die Wochenzeitungen weniger unter dem Aspekt der Handlungsorientierung betrachten, wird die Kritik- und Informationsfunktion des Fernsehens bei politisch Aktiven ebenfalls positiv betrachtet, aber gleichzeitig die Handlungsorientierung bei politischen Wochenzeitungen hervorgehoben. Politisch Aktive weisen eine signifikant stärkere Handlungsorientierung als politisch nicht Aktive auf.
- Die Wahrnehmung von politischen Wochenzeitungen unter reflexiv-handlungsorientierten Aspekten hat einen signifikant positiven Effekt auf die Nutzung der Beiträge zum Thema "Demokratischer Rechtsstaat" in der Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT".
- Die Betonung "emanzipatorischer Informationsabsichten" ist signifikant positiv von einem "emanzipatorischen Politikbegriff" und signifikant negativ von einem "konservierenden Politikbegriff" abhängig,
- Die Betonung "nachrichtenorientierter Informationsabsichten" ist signifikant positiv von einem "konservierenden" aber auch von einem "harmonisierenden Politikbegriff" bestimmt.

2.4 Zusammenfassung der Ergebnisse der Sekundäranalyse und Vergleich zwischen den Bevölkerungssegmenten

2.4.1 Gibt es Zusammenhänge zwischen kommunikativem und politischem Verhalten?

Alle Sekundäranalysen haben Beziehungen zwischen politischem und kommunikativem Verhalten i.w.S. aufgewiesen. Wenngleich jede Sekundäranalyse ihren eigenen Schwerpunkt hatte, kommunikative und politische Verhaltensweisen waren immer aufeinander bezogen. Auffällig ist aber auch: kommunikationsrelevante Einstellungen und kommunikative Verhaltensweisen waren deutlicher mit politischen Einstellungen (bzw. "mentalem Verhalten gegenüber Politik") als mit politischem Verhalten i.e.S. verknüpft. Das verweist darauf, daß kommunikatives Verhalten in einem deutlich engen Verhältnis zur mentalen Auseinandersetzung mit "Politik" steht, ob auf der Ebene von Kognitionen oder Attitüden (BECKER/McCOMBS/McLEOD 1975,S.39) sei dahingestellt. Was vorerst banal anmutet wird aber relevant angesichts der Ausnahmen. Im Zusammenhang mit aktiven politischen Handlungspotentialen gewinnt politisches Informations- und Kommunikationsverhalten die Qualität (aktiver) Handlungsorientierung. Damit zeigt sich, daß die unterstellte "narkotisierende Dysfunktion" (LAZARSFELD/MERTON 1973) der Verfolgung politischer Vorgänge via Massenmedien eine Fehlinterpretation sein kann.
In Übereinstimmung mit den vorliegenden Analyseergebnissen stellen LAZARSFELD/MERTON fest:
"Der einzelne liest Berichte über aktuelle Fragen und Probleme und kann sogar alternative Handlungsweisen diskutieren. Aber diese nur gedankliche, ziemlich schwache Verbindung mit organisiertem gesellschaftlichen Handeln kommt nicht zum Tragen." (LAZARSFELD/MERTON 1973, S.458)
Die weitere Interpretation dieses Sachverhalts geht aber anscheinend von einer vollkommenen Freiheit in der Wahl möglicher individueller Handlungen aus: "Der Interessierte und

ÜBERSICHT 32: ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE ZUR ANALYSEFRAGESTELLUNG:
GIBT ES ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN POLITISCHEM UND KOMMUNIKATIVEM VERHALTEN?

SEKUNDÄRANALYSE I FS-WAHL'72	SEKUNDÄRANALYSE II JUGENDLICHE'76	SEKUNDÄRANALYSE III POLIT.BILDUNG'76
o stringent nicht auf der Ebene der politischen Meinung, aber auf der Ebene pol. Einstellungen/Verhaltens. o Nutzung polit.Druckmedien korreliert sehr stark mit polit.Einstellungen/Verhalten. o Bei hoher politischer Entfremdung, anti- und apolitischer Einstellung tritt eine starke personalisierende und auf den Wahlzweck ausgerichtete Perzeption politischer Inhalte auf. o Politische Druckmedien-nutzung korreliert negativ mit anti- und apolitischen Einstellungen. o Die starke Nutzung politischer Sendungen im Fernsehen ist tendenziell mit einer unpolitischen Haltung verbunden.	o stringent weniger direkt bei Wahlverhalten (s.u.), sehr stark bei polit. Einstellungen. o Polit. Einstellungen korrespondieren mit Strategien der Informationssuche und Informationsvermeidung, sowie der Wahrnehmung von Medien. o Sinnhafte Bezüge im kommunikativen und politischen Verhalten: starke Betonung von Privatheit und schwache Betonung öffentlicher Teilhabe zusammen mit stark ausgeprägter unpolitischer Haltung und schwachem politischen Engagement. Funktionalisierung der Medien im Privatbereich (v.a. Tageszeitung) und Ignorierung öffentl. Funktionen bei stark ausgeprägter unpolit. Haltung. o Bei schwach ausgeprägter unpolitischer Haltung starke Nutzung politischer Inhalte. o Wahlverhalten kann hinreichend nur durch kommunikatives und politisches Verhalten/Einstellungen erklärt werden.	o homogene Gruppe: Zusammenhänge schon in Stichprobendefinition angelegt. o Hohe politische Aktivität bedingt eine stärkere Handlungsorientierung und Nutzung polit.Wochenzeitung unter diesen Aspekten. o Politikbegriffe korrespondieren sehr stark mit kommunikationsrelevanten Intentionen, die wiederum mit Mediaimages bzw. dem wahrgenommenen Gratifikationspotential der Medien zusammenhängen. o Ein konservierender Politikbegriff bestimmt die Handlungsorientierung funktional negativ, die Nachrichtenorientierung dagegen funktional positiv.

Interdependente Bezüge zwischen kommunikativen und politischen Verhaltensweisen verweisen auf Sinnsysteme, in denen sich kommunikative und politische Aspekte gegenseitig stabilisieren.

ÜBERSICHT 33 : ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE ZUR ANALYSEFRAGESTELLUNG: GIBT ES PUBLIKUMSSEGMENTE MIT EINEM BESTIMMTEN POLITISCHEN KOMMUNIKATIONSVERHALTEN?

SEKUNDÄRANALYSE I FS-WAHL'72	SEKUNDÄRANALYSE II JUGENDLICHE'76	SEKUNDÄRANALYSE III POLIT.BILDUNG'76
A.Nichtnutzung politischer Druckmedien,mittlere Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens, starke Unterhaltungsorientierung gegenüber Fernsehen: Passive Teilnahme (-) Politik als Störfaktor (+) Jugendliche,Volksschule B.Mittlere Nutzung politischer Druckmedien,hohe Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien, hohe Nutzung polit.Sendungen des Fernsehens: Passive Teilnahme (+) Politik als Störfaktor (+) Ältere, Männer C.Hohe Nutzung politischer Druckmedien,niedrige Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien, niedrige Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens: Passive Teilnahme (+) Politik als Störfaktor (-) 30-49 Jahre, Abitur	A.MEDIENABSTINENZLER -geringste "öffentliche Teilhabe" -schwächstes politisches Engagement -tendenzieller Nichtwähler B.UNTERHALTUNGSNUTZER -stärkste unpolitische Haltung -schwache "öffentliche Teilhabe" -tendenzieller Nichtwähler C.STARKER NUTZER POL.INHALTE -Polit.Linksorientierung -stärkste "öffentliche Teilhabe" -schwächste unpolitische Haltung -tendenzieller Wähler D.NUTZER POL.INHALTE UND FERNSEHUNTERHALTUNG -politische Einstellungen durchschnittlich -Wählertypus	Trennung nach politischer Aktivität: A.POLITISCH STARK AKTIVE (aktive politische Rollen) starke Handlungsorientierung B.POLITISCH NICHT AKTIVE schwache Handlungsorientierung INSGESAMT: sehr homogenes Bevölkerungssegment unter Aspekten der Thematisierung von Politik, daher keine weitere Segmentation sinnvoll

informierte Bürger kann sich selbst beglückwünschen zu seinem hohen Interessens- und Informationsstand und dabei ganz übersehen, daß er Entscheidungen ausweicht und Aktionen meidet. In einem Wort, er faßt seine sekundäre Berührung mit der Welt der politischen Realität, sein Lesen, Zuhören und Nachdenken als Ersatz für eine Handlung auf." (LAZARSFELD/MERTON 1973, S.458) Der informierte Bürger kann aber nur denjenigen Entscheidungen ausweichen und diejenigen Aktionen meiden, die innerhalb seines Handlungspotentials liegen. Das Ergebnis der Sekundäranalyse politisch stark Involvierter zeigt, daß Kommunikationsverhalten nicht als Ersatz, sondern als Vorbereitung von Handlungen dient, wenn solche Handlungen im Handlungspotential vorhanden sind. (ROSENGREN/WINDAHL 1972: "interaction potential" als Schlüsselvariable)
Die Zusammenhänge von kommunikativen und politischen Verhaltensweisen in den Sekundäranalysen (vgl. Übersicht 32) legen die Schlußfolgerung nahe, daß darin interdependente Bezüge vorliegen, die Sinnsysteme indizieren, in denen kommunikative und politische Aspekte sich gegenseitig stabilisieren. Besonders deutlich tritt dies im Verhalten potentieller Erstwähler hervor.(vgl. auch CHAFFEE/WARD/TIPTON 1973), bei denen solche Sinnsysteme in der Polarisierung von Umweltorientierungen (Zuwendung zur Umwelt schon erfolgt/noch nicht erfolgt) lokalisiert werden können.

2.4.2 Gibt es Publikumssegmente mit einem bestimmten politischen Kommunikationsverhalten?

Die abstrakten Variablenzusammenhänge konnten an handelnden Personen konkretisiert und identifiziert werden (vgl. Übersicht 33). Das Analyseergebnis zu dieser Fragestellung verstärkt Zweifel an undifferenzierten Aussagen über Medienpublika. Die Medianutzungstypologien haben gezeigt, daß die Zuwendung zu Inhalten in verschiedenen Medien sinnhaft identifiziert werden kann und daß dabei die Nutzung verschiede-

ner Medien z.T. nicht komplementär im Sinne der Nutzung gleicher Inhalte bzw. Informationen in verschiedenen Medien ist (KIEFER 1978, S.55). Es gibt Publikumssegmente, die verschiedene Massenmedien für verschiedene "inhaltliche Kommunikationsbedürfnisse" heranziehen. Nach den Ergebnissen der vorliegenden Analysen kann nicht davon ausgegangen werden, daß es ein "politisches" Medium gibt und zwar nicht deshalb, weil alle tagesaktuellen Medien für politische Informationen stark genutzt werden, sondern weil verschiedene Teilpublika verschiedene Muster der Thematisierung von Politik und so auch verschiedene Muster der Nutzung von Massenmedien aufweisen.

2.4.3 Gibt es medial fixierte politische Kommunikationskulturen?

In der Medianutzungstypologie deutet sich an, was auch in den "Mediengratifikationen" zutage tritt: Es gibt medial fixierte politische "Kommunikationskulturen". Hochgebildete haben spezialisierte politische Kommunikationsabsichten, die sie in spezialisierten Druckmedien suchen. In dieser Gruppe besteht eine "Lesekultur", die mit einer starken Reflexivität zum Thema Politik verbunden ist. In dem Bevölkerungssegment Hochgebildeter und politisch sehr stark Involvierter (Abonnenten der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT") ist festzustellen, daß das Fernsehen im politischen Bereich negativ, politische Wochenzeitungen und spezialisierte Druckmedien dagegen positiv bewertet werden. Fernsehen wird lediglich zur Information über die laufende Regierungstätigkeit (Aktualität) positiv eingeschätzt. Der Skeptizismus gegenüber Fernsehen als politischem Medium ist auch in den anderen Sekundäranalysen bei höherer Schulbildung und starker "Lesekultur" festzustellen. In der Analyse zur Rezeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf wurde auch deutlich, daß die "visuelle Kultur", die starke

Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens und die starke subjektive Betonung der politischen Funktion des Fernsehens mit der "visuellen Variante" der Druckmedien korrespondiert: hohe Nutzung politischer Sendungen des Fernsehens hängt mit einer hohen Nutzung von Unterhaltungsdruckmedien zusammen.

2.4.4 Sind die Massenmedien (speziell das Fernsehen) ein Instrument der Politisierung?

Mit der steigenden Reichweite der Massenmedien wird auch ein zunehmend stärker geäußertes Interesse an "Politik" festgestellt (NOELLE-NEUMANN 1974; KIEFER 1978). Diese Beobachtung wird oft in der These verbunden, daß die Nutzung der Massenmedien eine "Politisierung" bewirke. Die inhaltliche Bestimmung dieses Politisierungsbegriffes wird aber selten vorgenommen, es ist fraglich, was mit einer "Politisierung" gemeint ist.
Die Qualität einer solchen Politisierung deutet sich in der Sekundäranalyse zur Rezeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 an:
Die Nutzung von politischen Druckmedien korreliert signifikant negativ mit allen a- bzw. antipolitischen Einstellungen, positiv dagegen mit einer pro-politischen Einstellung. Die Nutzung von politischen Inhalten des Fernsehens zeigt demgegenüber keine Zusammenhänge mit politischen Einstellungen.
Die Nutzung politischer Inhalte in Druckmedien ist bildungsspezifisch, die im Fernsehen nicht. Das Fernsehen erreicht also eher als die Tageszeitung "Unpolitische" mit politischen Informationen (vgl. NOELLE-NEUMANN 1974). Ob aber "Unpolitische" dann diese politischen Informationen im politischen Sinn perzipieren, bleibt dahingestellt. Es ist aber wichtig, wie die unpolitischen Rezipienten diese politischen Inhalte interpretieren.

Es gibt Anzeichen dafür, daß gerade Unpolitische, die normalerweise politischen Inhalten ausweichen, diese, wenn die Selektionsschranken durchbrochen sind, personalisierend wahrnehmen und interpretieren. Solche Perzeptionen sind für die Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 in Zusammenhang mit der Ausrichtung auf den Wahlakt bei Personen festzustellen, die das Fernsehen in seiner Unterhaltungsfunktion betonen und die die Unterhaltungssendungen des Fernsehens tatsächlich in starkem Ausmaß nutzen.
Bei Jugendlichen (Erstwähler 1976) ist eine starke Betonung ihrer Privatheit mit einer entsprechenden Funktionalisierung der tagesaktuellen Medien und der Nicht-Nutzung politischer Inhalte verbunden.
Während "Privatheit" insgesamt überdurchschnittlich stark betont wird, werden aber alle tagesaktuellen Medien als wenig adäquate Problemlösungsmittel in diesem Bereich empfunden. Es ist zwar eine starke Eskapismus-Tendenz festzustellen, die aber eher durch andere Mittel als durch die tagesaktuellen Medien befriedigt wird.
Eskapismus ist in der (gleichermaßen) stark betonten Privatheit bei fehlender öffentlicher Teilhabe und Vermeidung politischer Inhalte tendenziell festzustellen. Die entsprechenden Funktionalisierungsstrategien gegenüber tagesaktuellen Medien können aber nicht als die wirklichen Gratifikationsstrategien eskapistischer Bestrebungen interpretiert werden.

DRITTER TEIL

THEMATISIERUNG VON POLITIK DURCH KOMMUNIKATIVES UND POLITISCHES VERHALTEN

Die Ergebnisse der Sekundäranalysen sollen abschließend im Zusammenhang mit der entwickelten theoretischen Perspektive zur Mediennutzung (Teil I) betrachtet werden. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive wird dazu auf eine breitere Interpretation des Nutzenansatzes und der Agenda-Setting-Hypothese zurückgegriffen.
Ich bin davon ausgegangen, daß die Struktur des politischen und massenkommunikativen Systems die Handlungsräume des politisch-medialen Publikums bestimmt. Politik kann durch das politisch-mediale Publikum nicht in aktiven "Kommunikatorrollen" thematisiert werden. Was verbleibt, ist die sinnvermittelte Teilnahme des Einzelnen an "Politik". Aber auch dies ist eine Art der Thematisierung von Politik, zwar nicht im instrumentellen Sinn politischer Kommunikatorrollen, wohl aber in der Ausgestaltung der individuellen politischen Rolle. "Thematisierung von Politik" ist ebenso zweiseitig wie "politische Willens- und Meinungsbildung". Diese Konfigurationen sind nur asymetrisch aufgrund von Machtverhältnissen; die öffentlich-instrumentelle Kompetenz der Thematisierung begründet sich auf "Macht". Die in diesem Sinn "Ohnmächtigen" handeln aber auch, wenngleich in anderen Ebenen. Es ist bezeichnend, daß dieses Handeln erst dann als öffentlich-relevant begriffen wird, wenn davon das instrumentell-politische Handeln betroffen ist, wie z.B. in dem als "Parteien- und Staatsverdrossenheit" beschriebenen Phänomen. Die Thematisierung von "Politik" besteht auf seiten des politischen Publikums vorerst in der Akzeptanz von "Politik" als "Thema", die sich im politischen und kommunikativen Ver-

halten ausdrückt. Erst dann, wenn diese Akzeptanz betrachtet wurde, ist die Ausgestaltung in der Strukturierung des Themas "Politik" von Belang.
Das Phänomen der "passiven Teilnahme an Politik", das Verfolgen von Politik via Massenmedien, beruht darauf, daß "aktivere" politische Rollen zwar nicht formal, aber doch strukturell erschwert zugänglich sind. Das Verfolgen von Politik in den Massenmedien verhindert weniger andere Formen aktiver Sozialaktivitäten (LAZARSFELD/MERTON 1973), sondern es ist vielmehr eine strukturelle Implikation des politischen Systems: sie besteht in der systemstrukturellen Irrelevanz aktiver Kommunikations- und Aktionsformen für das politische Publikum im politischen System und darum auch in der Irrelevanz von Kommunikation als "Handlungsvorbereitung".
Die passive Teilnahme an Politik als sinnvermittelte Teilnahme derer, die nicht aktiv im politischen Prozeß beteiligt sind, ist - neben dem sporadischen Wahlverhalten - das politische Massenverhalten in Demokratien. Dies hat sich auch in den vorliegenden empirischen Analysen bestätigt. Diese passive Teilnahme erstreckt sich größtenteils auf eine "nachrichtenorientierte" Komponente. Die Habitualisierung in der Nutzung von "Nachrichten" läßt darauf schließen, daß dieses Verhalten großenteils als auferlegte Relevanz wahrgenommen wird. Die Nutzung von Nachrichten entspricht scheinbar einer sozialen Norm, die in der Kommunikationsfigur des "informierten Bürgers" zu lokalisieren ist. Die Zweckbestimmung des "Informiertseins" trat in den vorliegenden Analysen an zwei "abweichenden Mustern" besonders deutlich hervor. In der Suche nach politischen Informationen zeigte sich in zwei Ebenen eine Handlungsorientierung:
im Alltag eher "Unpolitische", die politischen Inhalten zugunsten unterhaltender Inhalte in den Massenmedien auswichen, zeigen in Wahlkampfsituationen sowohl die Erwartung,

daß die politischen Inhalte (hier des Fernsehens) ihnen Entscheidungshilfen bieten und nehmen politische Inhalte auch unter Aspekten wahr, die auf die Wahlentscheidung ausgerichtet sind. Diese Handlungsorientierung ist die eines politischen Underdogs, die auf Informations- und Orientierungsdefizite im Zusammenhang mit der Handlungserwartung an den "Wahlbürger" zurückzuführen ist. Konträr dazu war die Handlungsorientierung bei "politisch Privilegierten" zu finden. Politisch sehr stark Aktive, also solche, die aktive politische Rollen ausüben, unterscheiden sich (innerhalb von politisch sehr stark Interessierten und Involvierten) von weniger Aktiven in einer starken Handlungsorientierung und in der Nutzung von Massenmedien unter handlungsorientierten Aspekten.

Die politisch sehr stark Interessierten und Involvierten, die keine aktiven politischen Rollen ausüben, zeigen eine schwächere Handlungsorientierung, aber eine stärkere Haltung, sich über Politik nicht nur faktisch zu informieren, sondern auch Werte- und Normensysteme kritisch zu überprüfen, sich also analytisch mit "Politik" zu beschäftigen.

Für die Thematisierung von Politik im politischen Publikum ist eine allgemeine Ebene der Orientierung in der politisch-sozialen Umwelt (McQUAIL/BLUMLER/BROWN 1972: "surveillance") festzustellen, darüberhinaus gibt es anscheinend auch eine "intellektuelle" Variante, die in Zusammenhang damit auch eine "Analyse" politischer Vorgänge anstrebt und nach der Legitimationsbasis von Politik fragt. In beiden Fällen ist diese Thematisierung aber eine Art der passiv-distanzierten Teilnahme an Politik, sie steht außerhalb aktiver politischer Rollen.

Die passive Teilnahme an Politik ist auch aus der Perspektive der politischen Sozialisation zu begreifen. Dabei lassen sich zwei Aspekte unterscheiden: die Intensität genereller Sozialaktivität, und die verschiedenen Betonungen individueller Relevanzzuschreibungen.

Die Intensität genereller Sozialaktivität nimmt mit steigendem Lebensalter zu (BERGLER 1966). In den hier vorliegenden Daten wird dies bestätigt. Die Intensität öffentlich-politischer Sozialaktivitäten ist jedoch darüberhinaus davon abhängig, ob "öffentliche Teilhabe" persönlich als relevant erachtet wird. Besonders unter Jugendlichen ist die Umstrukturierung der Relevanzsysteme "Privatheit" und "Öffentliche Teilhabe" deutlich mit der Art der Medianutzung und der politischen Teilnahme verbunden. Die Betonung des Relevanzsystems "öffentlicher Teilhabe" ist offensichtlich durch bessere Schulbildung und durch den Eintritt ins "Berufsleben" geprägt. Die Jugendlichen, die zum ersten Mal die politische Rolle des "Wählers" ausüben dürfen, handeln jedoch nicht strikt nach ihren eigenen Relevanzsystemen. Bei "Unpolitischen", die "Privatheit" besonders betonen, und eher Unterhaltung als politische Informationen in den Massenmedien suchen, scheint das Wählen auch als auferlegte Relevanz - als Wahlpflicht - empfunden zu werden, während "politische" Jugendliche teilweise "Wählen" als irrelevante politische Aktivität begreifen.
Latent scheint hinter diesen Widersprüchen eine dichotomische Verhaltensebene von "Anpassung" und "Protest" zu stehen. Unter den (in der vorliegenden Sekundäranalyse betrachteten) Jugendlichen sind Tendenzen zu bemerken, die die theoretisch entwickelten Funktionen des Verfahrens der politischen Kommunikation überschreiten. In der "Protestperspektive" fungiert die "passive Teilnahme an Politik" nicht mehr ohne weiteres als "symbolische Teilnahme an Politik". Die hohe Nutzung politischer Inhalte der Massenmedien verweist dann weniger darauf, daß ein politisches Verfahren verfolgt wird, in dem symbolisiert wird, daß "alles mit rechten Dingen zugehe", sondern zeigt auch manichäische Züge, derart, daß in diesem Verfahren die Verwerflichkeit der Verfahrensbe-

teiligten zu Tage tritt. (Diese Behauptung ist allerdings spekulativ, sie wird von den verwendeten Operationalisierungen nicht erfaßt. Als Hinweis mag aber das Anti-Parteien-Ressentiment dienen, weil gerade die Parteien das Verfahren der politischen Kommunikation tragen.)

Die empirische Analyse des kommunikativen und politischen Verhaltens der Jugendlichen hat sehr deutlich die Thematisierung bzw. Nicht-Thematisierung von "Politik" in den Einstellungen und Verhaltensweisen aufgezeigt, das Verhalten der Jugendlichen ist eindeutig unter den Thematisierungsstrategien zu begreifen.

Die festgestellten Thematisierungsstrategien sind nicht nur auf ein unspezifiziertes Objekt "Politik", sondern auf schon spezifizierte "Politik-Bilder" bezogen. Wie oben dargestellt, hat J.WEBER das dominierende Einstellungssyndrom in der Bundesrepublik als "politischen Idyllismus" zu entwickeln versucht (J.WEBER 1973). "Politischer Idyllismus" ist eine spezifische Ausprägung der "passiven Teilnahme": er bezeichnet einen sehr hohen Grad passiver Teilnahme bei gleichzeitig stark simplifizierten und harmonisierten Vorstellungen politischer Prozesse. In diesen Vorstellungen werden v.a. politische Konflikte "entpolitisiert", die Interessengebundenheit von Konflikten wird ausgeblendet, Konflikte werden als Störung des "harmonischen Gemeininteresses" interpretiert. Andererseits liegt m.E. eine Entpolitisierung der Konfliktdimension darin, daß Konflikte personalisiert, auf die Ebene politischer Akteure verschoben werden. Politische Konflikte werden durch Persönlichkeitseigenschaften konkreter Personen "erklärt". Die Personalisierung von Politik war in der Analyse der Rezeption und Perzeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 mit dem politischen Einstellungssyndrom, das in etwa dem "politischen Idyllismus" entspricht, verbunden.

In den politischen Einstellungen drückt sich eine Thematisierung von Politik als "Bild des Politischen" aus. Diese Thematisierung konnte in dem Bevölkerungssegment, das quasi eine "politische Elite" repräsentiert, genauer verfolgt werden. Auch in diesem Bevölkerungssegment haben sich Anzeichen für einen "politischen Idyllismus" bemerkbar gemacht: Kategorien wie "Konflikt" und "Interessen" wurden teilweise abgelehnt, dafür ist die Vorstellung einer "harmonisierenden Ordnung" Bestandteil sowohl in emanzipatorischen als auch konservierenden Politikbegriffen. Zugleich dominiert eine passiv-rezeptive Intentionsrichtung für politische Absichten, während reflexiv-handlungsorientierte Intentionen am wenigsten ausgeprägt sind. "Politik" wird in diesem politisch privilegierten Bevölkerungssegment zwar deutlich unter kritischen, auf die Legitimationsbasis politischer Interpretationen bezogenen Aspekten thematisiert, weniger aber unter aktiven, handlungsorientierten Aspekten. Vorwiegend die in aktiven politischen Rollen Handelnden thematisieren "Politik" in Bezug auf ihr Handlungspotential und nutzen dementsprechend die Massenmedien. Diese "politische Schicht", die sehr stark "Politik" in ihre persönliche Themenstruktur einbindet, thematisiert Politik v.a. unter dem Aspekt "kritisch-autonomen" Denkens und dürfte sich darin von den weniger stark "politisch Involvierten" unterscheiden, die Politik in den Massenmedien verfolgen, um zu wissen, was gerade politisch geschieht, oder (im Sinn von auferlegten Relevanzen) was sie wissen sollten. Die passive Teilnahme an Politik nimmt die Ausprägung eines "politischen Idyllismus" am wahrscheinlichsten dort an, wo sie als auferlegte Relevanz wahrgenommen wird, wo das "sich-politisch-Informieren" zum habitualisierten Verhalten wird. An diesem Punkt unterscheidet sich auch die Zuwendung zu politischen Inhalten in verschiedenen Medien (SCHMIDTCHEN 1974). Das, was oft als "Politisierung der Bevölkerung" bezeichnet

wird (HÖFER 1967; NOELLE-NEUMANN 1974; KIEFER 1978) ist im obigen Sinn vorerst die generelle Akzeptanz des Themas "Politik" in der jeweils persönlichen Themenstruktur. Die damit verbundene Habitualisierung im Informationsverhalten (KIEFER 1978) läßt auf die zunehmende Wahrnehmung der Norm des "informierten Bürgers" schließen, wobei aber die individuelle Zwecksetzung unklar bleibt.

Die Thematisierung von Politik seitens des politischen Publikums zeigt Sinnsysteme, in denen politisches und kommunikatives Verhalten aufeinander bezogen ist. Auf "Politik" bezogenes kommunikatives Verhalten gerät selbst zum politischen Verhalten, weil es im Handlungsraum des politischen Publikums nicht als ein (vorbereitendes) Handeln für politisches Verhalten (mit Ausnahme des Wahlverhaltens) fungieren kann, sondern als funktionales Äquivalent für aktives politisches Verhalten selbst im Handlungsraum des politischen Publikums auftritt.

Die Art der Thematisierung von Politik durch Individuen zeigt deutliche Zusammenhänge mit der Art der inhaltlichen Zuwendung zu Massenmedien. Diese Thematisierung ist in beiden Fällen bildungsspezifisch: mit einer besseren Bildung ist eine bessere politische Informiertheit und eine stärkere Zuwendung zu politischen Inhalten der Massenmedien verknüpft (Increasing-Knowledge-Gap-Hypothese: SAXER 1978). Der Nutzenansatz verweist - wenn er gröber gefaßt wird - darauf, daß solche Thematisierungen in der jeweils individuellen Ausdeutung von Sinnzusammenhängen begründet sind. Wenn die Agenda-Setting-Hypothese - die Medien hätten einen indirekten Effekt darin, daß sie bestimmte Themen strukturieren und betonen und so diese Themen für das Publikum relevanter bzw. aktueller machen - verallgemeinert wird, dann treffen sich diese drei Ansätze der Massenkommunikationsforschung in dem hier entwickelten Zusammenhang der Thema-

tisierung von Politik im kommunikativen und politischen Verhalten.
Die bisherige Agenda-Setting-Hypothese (McLEOD/BECKER/BYRNES 1974) ist m.E. zu eng auf einzelne Themen bezogen. Die Erweiterung dieses Ansatzes könnte auf die Strukturierung von Relevanzsystemen abzielen. Das Verbindungsglied zum Nutzenansatz liegt dann in der bisher gängigen Operationalisierung von "Informationsabsichten" und "Mediengratifikationen".
Es hat sich gezeigt, daß die Operationalisierung von KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973 nicht Gebrauchswerterwartungen im engeren Sinn (ROSENGREN 1974) operationalisiert, sondern, daß damit eine Konsequenz von Medianutzungsmustern erhoben wurde. Die "Informationsabsichten" können als Relevanzsysteme begriffen werden, die selbst unter anderem durch Massenkommunikation strukturiert werden (ZOLL/HENNIG 1970, S. 28). Die "Mediengratifikationen", die von der Medianutzung langfristig abhängig zu sein scheinen, verweisen dann im Sinne der Agenda-Setting-Hypothese darauf, welche "Weltbilder" bzw. welche Relevanzsysteme mit bestimmten Medien korrespondieren.

In der vorliegenden Untersuchung hat sich gezeigt, daß der Thematisierungsprozeß von Politik im kommunikativen und politischen Verhalten weitaus deutlicher strukturiert ist als die Ausprägung politischer Meinungen, die nur schwach mit kommunikativem Verhalten in Verbindung zu bringen sind. Die Neudefinition der "öffentlichen Meinung" durch LUHMANN 1971 läßt es fraglich erscheinen, ob zur Rolle der Massenkommunikation im Bereich politischer Kommunikation bisher die "richtigen Fragen" gestellt wurden, "richtig" insofern, als das Interesse der Forschung an vordergründig praktischer Relevanz festgemacht, "Kommunikation" auf "Rhetorik", bzw. Meinungsbildung verkürzt wurde. Der Machtaspekt von Kommunikation setzt aber nicht erst an der "Manipulation der

Meinungsbildung", sondern schon an der Art der Themenstrukturierung ein. Im Bereich der politischen Kommunikation heißt das, daß der Machtaspekt vorerst darin liegt, was überhaupt als Politik begriffen werden kann, dann, was als politisches Thema "politisiert" werden kann, dann erst, welche Meinungen sich zu welchem Thema finden.

ANMERKUNGEN

A. ANMERKUNGEN ZUM ERSTEN TEIL:

POLITISCHE KOMMUNIKATION UND MEDIENNUTZUNG

(1) Die funktional-strukturelle Systemtheorie wird von LUHMANN an folgenden Stellen dargestellt: "Moderne Systemtheorien als Form gesamtgesellschaftlicher Analyse" in: HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 7-24; "Funktionale Methode und Systemtheorie" in: LUHMANN 1970, S. 31-53; "Funktion und Kausalität" in: LUHMANN 1970, S. 9-30.

(2) Vgl. auch MERELMAN 1972; DEUTSCH 1969; EDELMANN 1971

(3) Vgl. auch das Input-Output-Modell von EASTON 1965

(4) Damit formuliert LUHMANN für den politischen Bereich, was in der Massenkommunikationsforschung als "Agenda-Setting-Function" konzeptualisiert wird. Vgl. LUHMANN: "Öffentliche Meinung" in LUHMANN 1971 mit McCOMBS/SHAW 1972; FUNKHOUSER 1973; McLEOD/BECKER/BYRNES 1974; SHAW/McCOMBS (eds.) 1975; BECKER/McCOMBS/McLEOD 1975

(5) Zur Begründung, warum sich das politische System nicht mehr auf bestimmte Gehorsamsmotive stützen kann, siehe: McPHERSON 1973 zur Auflösung des homogenen Eigeninteresses von Eigentumsmarktgesellschaften, daran anschließend das Pluralismus-Konzept: NUSCHELER/STEFFANIE 1972

(6) vgl. HABERMAS 1973; OFFE 1972

(7) Diesem Aspekt messe ich große Bedeutung für politisches und kommunikatives Verhalten zu; auf die Frage der Legitimationsbeschaffung durch politische Verfahren werde ich gesondert eingehen (Abschnitt 1.2.)

(8) vgl. auch RAPOPORT 1970, S. 230ff

(9) Dies wird in der kybernetischen Perspektive an der Konzeption ultrastabiler Systeme demonstriert, vgl. CADWALLADER 1970

(10) LUHMANN schreibt Wahrheit einen anderen, d.h. gegenüber normativen (Demokratie-)Theorien geänderten, Stellenwert zu. Das wird besonders deutlich in "Wahr-

heit als Kommunikationsmedium" in HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 342ff.

(11) Vgl. hier v.a. BALES, Interaction Process Analysis, Cambridge/Mass., 1950

(12) In der Organisationsforschung ist dieses Problem im Theorem der "Doppelführung" enthalten. (Vgl.: LUHMANN, Zweckbegriff und Systemrationalität, a.a.O., S. 83f). Damit ist das Thema der "Beitragsmotivation" impliziert: In der neueren organisationswissenschaftlichen Forschung "werden die faktischen Motivationsvorgänge in ihrer wirklichen Komplexität und ihrer Systembedingtheit aufgedeckt, und dabei erhellt, daß der Zweckbegriff eine viel zu einfache Formel für wirkliche Motivationsstrukturen ist." (ebenda, S. 129f) Aus den Motivationstheorien entlehnt LUHMANN den Gedanken der Trennung von Motivationsstruktur und Rationalstruktur: "Der Systemzweck wird von Motivationsaufgaben entlastet, damit er auf andere Funktionen spezialisiert werden kann. Diese These ... macht die Verbreitung und den strategischen Sinn der Indifferenz als Nichtmitgliedereinstellung sowie die Entwicklung neuartiger, formaler und informaler Motivationstechniken verständlich, mit denen die Motivfunktion des Zweckes ersetzt werden muß." (ebenda, S. 142)
Die Thematisierung von Motivation oder expressiven Variablen sowohl durch die Systemtheorie, als auch durch den Nutzenansatz, ermöglicht m.E. in dieser Hinsicht eine Verbindung beider Perspektiven; zumal als beide sich auf MEAD beziehen.

(13) Siehe LUHMANN 1969 S. 83f, v.a. Fußnote 3; vgl. ROSE 1973

(14) LUHMANN verweist als Beispiel hier auf die mittelalterliche Institution des 'consilium et auxilium'; durch Ernennung zum Ratgeber wird ein 'Kontaktsystem' geschaffen, in dem der Ernannte zugleich politisch gebunden ist. Dieses Prinzip wurde auch in der experimentellen Sozialpsychologie untersucht: vgl. HOVLAND/JANIS/KELLEY 1969

(15) Dieser Aspekt trifft vor allem auf das kommunikative Handeln von Politikern im System der politischen Kommunikation zu.

(16) Dieser Aspekt wird in der Massenkommunikationsforschung in der ebenfalls vom symbolischen Interaktionismus

inspirierten Variante des Nutzenansatzes verfolgt. Dabei entspricht die "unbeteiligte Teilnahme" der "para-sozialen Interaktion" bzw. dem "Zuschauen als Handlung": vgl. TEICHERT 1972 und TEICHERT 1973

(17) Vgl. LUHMANN, Öffentliche Meinung a.a.O.; diese spezifische Funktionsbestimmung der Öffentlichkeit ist dort nicht so deutlich ausgeführt, sondern lediglich angedeutet.

(18) Vgl. auch den parallelen Aspekt der negativen Auswirkungen der Massenmedien (oder zumindest die Befürchtung solcher zwischen den Gerichts- und Parlamentsverfahren: vgl. dazu LUHMANN 1969, S. 126ff mit WILSON, Parliaments, people and mass media, London, 1970, S. 18ff.

(19) Vgl. EASTON 1965, S. 153ff

(20) Vgl. LUHMANN 1973b, S. 58ff

(21) Vgl. dazu BLUMLER/GUREVITCH 1974, dort wird versucht, solche Differenzierungen aufeinander zu beziehen.

(22) Vgl. FEHL/FESTER/KUHNERT (Hrsg.), Planung und Information, Gütersloh 1972; MAYNTZ/SCHARPF, Planungsorganisation, München 1974; GUETZKOW, Organizational Development and Restrictions in Communications, Pittsburgh 1954; GUETZKOW, Communications in Organizations, in: MARCH, Handbook of Organizations, Chicago 1965; DORSEY jr., A Communication Model for Administration, in: Administrative Science Quarterly, Jg. 2, 1957/58, S. 307-342; RONGE/SCHMIEG (Hrsg.), Politische Planung, München 1971; KLAGES, Planungspolitik, Stuttgart 1971; SCHARPF, Planung als politischer Prozess, Frankfurt 1973; HARNISCHFEGER, Planung in der sozialstaatlichen Demokratie, Neuwied 1969

(23) Hier ist zu bemerken, daß Vorsicht im Umgang mit LUHMANNs Kommunikationsbegriff geboten ist, da er im Anschluß an die Konzeption von Tauschmedien diesen Begriff uminterpretiert. Siehe LUHMANN, Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 3, 1974, Heft 3, S. 236-255; oder seine Argumentationsentwicklung in HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 342-377.

(24) Vgl. HABERMAS zu Diskurs, in: HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 101ff

(25) RONNEBERGER, Die politischen Funktionen der politischen Kommunikation, in: LANGENBUCHER (Hrsg.), Zur Theorie der politischen Kommunikation, München 1974, vgl. S. 205.

(26) Siehe: LUHMANN 1971, S. 27: "... Ausdifferenzierung (führt) niemals zu einem Herausreißen aus dem gesellschaftlichen Kommunikationszusammenhang. Sie ist vielmehr als Regulativ dieses Kommunikationszusammenhanges zu sehen, als Struktur, die ihm durch Differenzierung (aber nicht durch unübersteigbare innere Barrieren) das Erreichen und Abarbeiten höherer Komplexität ermöglicht."
Und weiter: "Vor dem Hintergrund eines solchen (...) Ansatzes der Systemtheorie verbietet sich eine exklusive Zuweisung der öffentlichen Meinung an das politische System. Eine besondere Beziehung besteht jedoch und muß näher geklärt werden."

(27) Das deutet auch HÄTTICH an: "Ein Regierungschef bedarf keiner besonderen Veranstaltungen um mit Politik in Berührung zu kommen. Hierin dürfte aber eine Informationsfunktion im weitesten Sinne von Nachrichten liegen, daß sie uns eben diese regelmäßigen Kontakte mit dem politischen Leben vermitteln."
HÄTTICH, Politische Wirkungen von Nachrichtensendungen, in: FRIEDRICH (Hrsg.), Politische Orientierungen durch Fernsehnachrichten, Tutzing 1973, S. 239.

(28) Vgl. dazu LUHMANN zur "Herr-Knecht-Problematik" in: HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 327f

(29) Siehe auch LUHMANN 1970, S. 162f und S. 92-112; vgl. GOULDNER 1973

(30) Dies wurde im Abschnitt zu den politischen Verfahren erörtert.

(31) LUHMANN: "Öffentliche Meinung" in: LUHMANN 1971, S. 9-34

(32) Vgl. zu dieser Schlußfolgerung auch die von HABERMAS: Aus anderer Perspektive konstatiert er einen Kreislauf der Macht über dem Publikum (HABERMAS, Strukturwandel der Öffentlichkeit, Neuwied 1969, S. 193ff.)
An anderer Stelle führt HABERMAS aus:
"Der politische Bereich, soweit die wahlberechtigte Bevölkerung daran überhaupt teilhat, wird tendenziell Teil des Konsumbereiches; politisches Geschehen, Nach-

richten und Verhaltensweisen werden zur Ware." (HABERMAS/FRIEDEBURG/OEHLER/WELTZ, Student und Politik, Neuwied 1969, S. 48.)

(33) RIESMAN/GLAZER/DENNEY 1956; LAZARSFELD/MERTON 1973

(34) BLUMLER/GUREVITCH versuchen in ihrer Konzeptualisierung des 'Systems politischer Kommunikation' den Grad der Systemintegration durch Vergleich der Kommunikationsrollen von Politikern, 'Journalisten' und Publikum zu ermitteln. Vgl. BLUMLER/GUREVITCH 1974, S. 8ff.

(35) Diese Allegorie wirft - würde sie ernst genommen - die Frage nach der demokratischen Legitimation der Massenmedien als "politische Macht" auf. Dazu sind die Gedanken RAPOPORTs zur Verfestigung nichtdelegierter Macht aufschlußreich: vgl. RAPOPORT 1970, S. 236ff

(36) Symbolische Beteiligung meint dabei weniger ein bloßes Ersatzmotiv, sondern vielmehr ein parasoziales Verhalten vgl. HULETT 1966

(37) Zum Rollenbegriff und zu einzelnen Problematisierungen vgl.: DAHRENDORF 1970; BIDDLE/THOMAS (eds.) 1966; TURNER 1970; LINTON 1973; MERTON 1973; GOODE 1973

(38) In der handlungstheoretischen Systemperspektive PARSONSs nimmt das "Persönlichkeitssystem" einen wesentlichen Rang ein. Vgl. PARSONS, Psychology and Sociology. In GILLIN (ed.): For a science of Social Man, New York, 1954 S. 67-101;
PARSONS, An Approach to Psychological Theory in Terms of the Theory of Action. In KOCH (ed.) Psychology: A Study of Science, Vol. III, New York, 1959, S. 612-711; SCHWANENBERG, Soziales Handeln, Bern, 1970, S. 175ff.

(39) Siehe v.a. LUHMANN: Sinn als Grundbegriff der Soziologie. In HABERMAS/LUHMANN 1971, S. 29ff; vgl. dazu die Replik von HABERMAS, ebenda, S. 171ff

(40) Diese Frage wird v.a. in der Sozialphilosophie intensiv behandelt: vgl. z.B. LUCKMANN 1967; GEHLEN 1969; ZIJDERVELD 1972

(41) Vgl. die entsprechenden Stichworte in SONTHEIMER/RÖHRIG 1978²

(42) Siehe NASCHOLD 1970, S. 4:"Mit der Universalität dieser Norm (Demokratie, HR) wächst jedoch zugleich auch deren Unschärfe, es besteht Unklarheit darüber, was eigentlich "Demokratie" in komplexen Gesellschaften bedeuten kann."

(43) Vgl. LUHMANN, Komplexität und Demokratie. In:LUHMANN 1971; CNUDDE/NEUBAUER 1969; NASCHOLD 1968; NARR/ NASCHOLD 1971

(44) Vgl. dazu die Bemerkung von SCHATTSCHNEIDER: "In a purely formal sense we can say that the government of the United States is the same one that was established in 1789 - in about the same way in which Henry Ford's bicycle repair shop is the same as the Ford Motor Company today." SCHATTSCHNEIDER 1960, S. 117

(45) Inzwischen wird im Zusammenhang mit dem Schritt zur "Weltgesellschaft" über eine neue Revolution der Kommunikationsmittel nachgedacht: vgl. LUHMANN 1975

(46) Dies kommt bei HEGEL besonders deutlich zum Ausdruck: "Der Staat ist als die Wirklichkeit des substantiellen Willens, die er in dem zu seiner Allgemeinheit erhobenen besonderen Selbstbewußtsein hat, das an und für sich Vernünftige. Diese substantielle Einheit ist absoluter unbewegter Selbstzweck, in welchem die Freiheit zu ihrem höchsten Rechte kommt, so wie dieser Endzweck das höchste Recht gegen die Einzelnen hat, deren höchste Pflicht es ist, Mitglieder des Staates zu sein." HEGEL, Grundlinien der Philosophie des Rechts, §258, in ders.: Werke in zwanzig Bänden, Bd. 7, Frankfurt, 1970, S. 399.

(47) Vgl. zur Diskussion dieser verschiedenen Aspekte der Teilnahme in der Tradition der Aufklärung ZIMPEL (1972), GEIßLER (1973), HABERMAS, Politische Beteiligung - ein Wert an sich? in: HABERMAS u.a. (1969)

(48) Dies wird v.a. in der Konzeption von ROUSSEAUs volanté générale aber auch in der Konzeption einer uranfänglichen Vernüftigkeit des Staates bei HEGEL oder auch DAHLMANN deutlich.

(49) Vgl. die Gegenüberstellung dieser Positionen der Demokratietheorie bei NARR/NASCHOLD, 1973² und bei NASCHOLD, 1970. Vgl. auch die Überlegungen zur Multifunktionalität von Partizipationsformen für staatliche Regulierungsprozesse bei NASCHOLD 1972, S. 110.

Es gibt im politischen Alltag Gründe dafür, daß diese, für unsere Gesellschaft so wichtige Kategorien wie Demokratie, Teilnahme, Öffentlichkeit usw. begrifflich nicht genau fixiert sind. Solche Kategorien fungieren als ideologische Leerformeln, die in der Gesellschaft bewußt offengehalten werden, um als "gemeinsamer Nenner" aufzutreten. Würden sie inhaltlich exakt formuliert, so würde über diese inhaltliche Interpretation sofort eine Polarisierung politischer Gruppen eintreten. Daraus ergibt sich natürlich eine starke Unzulänglichkeit, will man solche Begriffe operational gebrauchen. Was im ideologischen Gebrauch konsensfördernd ist, stellt sich im analytischen Gebrauch als Nachteil dar: Die Wahrscheinlichkeit eines Zustands hängt davon ab, wie genau bzw. wie ungenau wir ihn beschreiben: "... je ungenauer ein Zustand beschrieben wird, desto 'wahrscheinlicher' ist er." (RAPOPORT, 1970, S. 306)

(50) Siehe ALMOND/VERBA 1965; vgl. VERBA, Germany: The Remaking of Political Culture. In PYE/VERBA, Political Culture and Political Development, Princeton 1965

(51) Dort werden folgende Habitustypen beschrieben:
a) Unpolitische, b) irrational Distanzierte,
c) rational Distanzierte, d) naive Staatsbürger,
e) reflektierte Staatsbürger, f) Engagierte

(52) Im empirischen Teil wird diese Verhaltensdimension als "Passive Teilnahme" bezeichnet.

(53) Die Ausprägung der formalen politischen Verhaltensweisen kann in etwa an folgenden Daten abgelesen werden: 1976 gab es in der Bundesrepublik etwa 42 Millionen Wahlberechtigte. Von diesen haben etwa 38 Millionen, d.h. 90,7% gewählt. Demgegenüber gibt es aber nur ca. 1,8 Millionen Parteimitglieder der im Bundestag vertretenen Parteien, von denen etwa 0,2 Millionen (11%) am Entscheidungshandeln beteiligt sind. (SONTHEIMER/RÖHRIG 1978, S. 508)

(54) Dazu trägt auch bei, daß die Ergebnisse dieser Forschungsrichtung in nahezu jeder Untersuchung rekapituliert werden, die das Problem tangiert.

(55) So wird z.B. unter "Demokratisierung" zumeist die innerorganisatorische Partizipationsausweitung verstanden, sei es in Parteien, Verbänden, in der Wirtschaft usw. "Mitbestimmung" wird so von der politischen Teilnahme defizitorisch abgegrenzt. Dazu: NASCHOLD: Organisation und Demokratie, Stuttgart, 1969.

(56) Zur Kritik des Theorems, Einstellungen seien direkt verhaltensrelevant, vgl. MEINEFELD 1977; GROSS/NIMAN 1975

(57) Dies zeigt sich auch bei den Analysen im empirischen Teil dieser Arbeit.

(58) Solche Verhaltenssysteme sollen im empirischen Teil dieser Arbeit betrachtet werden, indem anhand von multivariaten Analysen keine einzelnen, isolierte Verhaltensformen, sondern mehrere Verhaltensformen zusammen - als Verhaltenssystem - analysiert werden.

(59) Vgl. FISCHER G.H. 1974, S. 84

(60) Vgl. ZOLL 1974

(61) Einen guten Überblick über den Begriff "Entfremdung" und über empirische Arbeiten zu dem Thema gibt FISCHER: Die Entfremdung des Menschen in einer heilen Gesellschaft, 1970; siehe v.a. Kapitel IV Politische Entfremdung.

(62) Dazu CNUDDE/NEUBAUER: "Generally speaking, the literature holds that intensity of policy preferences is related to level of participation. Although many factors affect participation, most of which may be subsumed under what we have called environmental influences, individuals with the most intense preferences are said to participate higher rates than others. It is this high rate of participation by large numbers of citizens with intense preferences that threatens democratic stability. These relationships often at least implicitly, underlie the thinking of political scientists when they conclude that low levels of participation can be functional." CNUDDE/NEUBAUER 1969, S. 520f
Vgl. DAHRENDORF 1974, JONES:
In Defense of Political Apathy, in: Political Studies 2 1954, S. 25-37

(63) Dies ist ein Steuerungsaspekt, der v.a. in der, an die empirische Demokratietheorie mit deren Stabilitätsproblematik anknüpfenden Wirkungsforschung im Vordergrund des Interesses steht. Die Steuerungsproblematik wird bei CNUDDE/NEUBAUER 1969, S. 521 sehr deutlich schematisiert.

(64) Dieser Aspekt wird von den Massenmedien selbst als die Funktion der "Lebenshilfe" begriffen. In diesem Zusammenhang weisen ZOLL/HENNIG, darauf hin, daß Massen-

medien auf Bezugssysteme rekurrieren, die sie wenigstens mitgeschaffen haben (ZOLL/HENNIG 1970, S. 28)

(65) Vgl. ZOLL/HENNIG 1970; HOLZER 1971; SCHATZ 1972; GEISSLER 1973; SCHULZ 1976; KIEFER 1978

(66) So wie das Wahlrecht häufig als Wahlpflicht - also als auferlegte Relevanz - interpretiert wird und Wahlverhalten damit zum habitualisierten Verhalten wird, so scheint z.B. auch die "Tagesschau"-Nutzung zur Pflichtübung geworden zu sein.

(67) WEBER will aber keine kausale Verknüpfung zwischen "Massenmedien" und "politischem Idyllismus" behaupten

(68) "Zuschauer" steht hier synonym für "Rezipient" bzw. "Konsument", dieser Ausdruck ist unabhängig von spezifischen Medien gemeint und auf das Publikum bezogen.

(69) Siehe Fußnote 64; diese Fragestellung wird in letzter Zeit v.a. durch den "Agenda-Setting-Approach" aufgeworfen, siehe Fußnote 4

(70) Die amerikanische Quellenlage ist dabei allerdings außergewöhnlich: nirgendwo sonst kann eine Medienstatistik so lange und so eindeutig nachvollzogen werden; vgl. FLORA 1974, S. 184ff

(71) Ähnlich argumentiert auch RENCKSTORF im Zusammenhang mit den Tagesablaufstudien; vgl. RENCKSTORF 1977, S. 137ff und 177ff

(72) Das bedeutet, daß ich hier "Kommunikationskultur" als Arbeitsbegriff im vorliegenden Zusammenhang auffasse. Ich bin darüberhinaus der Meinung, daß gerade in der sozialwissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung, die sich notgedrungen auf Teilaspekte des Kommunikationsprozesses konzentrieren muß, viele Probleme klarer lösbar sind, wenn sich die Forschung auf eine ausgearbeitete Konzeption der Kommunikationskultur stützen kann. In der Auseinandersetzung um die "Lasswell-Formel" - die sich eben formelhaft leicht rezipieren ließ - wurden m.E. ursprüngliche Intentionen, nämlich eine "Kommunikationstheorie", verdrängt: das "organisatorische Modell" wurde zum "inhaltlichen Modell" verkehrt. Dazu die programmatische Aussage von LASSWELL: Wir sind weniger

daran interessiert, den kommunikativen Akt in Einzelteile zu zerlegen, als vielmehr daran, ihn als Ganzes in seinem Verhältnis zu dem umfassenden sozialen Prozeß zu betrachten."
(LASSWELL 1949, S. 118)
Zur "Kommunikationskultur" gehört der gesamte Kommunikationsprozeß, der in einer Gesellschaft vorherrscht, insofern verkürze ich hier auf die Skizzierung der "Kommunkationskultur des medialen Publikums".

(73) Vgl. P. MÜLLER 1970, S. 1ff, BAUMANN 1972

(74) Die "Knowledge-gap-Hypothese" greift nämlich die Verzerrungen im Informations- und Wissenszuwachs nur partiell - auf Bildung bezogen - heraus und stellt so eher einen Ansatz dar, der die Akkumulation von Wissen mit "Bildung" bzw. "Vorwissen" als intervenierende Variable thematisiert.

(75) Die Attraktivität von Hörfunk- und Fernsehgeräten mag in deren Apparat- und Möbelcharakter als Statussymbol mitbegründet sein. Die Tageszeitung hat es ohne Zweifel in einer Umwelt schwer, die Apparate zum selbst evidenten Fetisch macht. Dazu liefern die unterschiedlichen Werbeaussagen für Kommunikationsmedien einige Indizien.

(76) Auf den Zeitaufwand für Massenmedien bezogen, ergibt sich darin allerdings eine Schwierigkeit, weil die Medien selbst Zeitabläufe und Handlungsbedingungen definieren: Wer sich im Fernsehen auf einen Spielfilm einläßt, wird ca. 11/2 Stunden gebunden, wer einen Kommentar in der Tageszeitung liest, braucht zwischen 5 und 10 Minuten. Der Zeitaufwand ist folglich sowohl zwischen Medien als auch medialen Inhalten nicht unbedingt vergleichbar.

(77) Die Strategie der Programmreform hat 1977 mit der Einführung von "Nachrichten-Journalen" diese Zuordnung auch verändert. Rein optisch dürfte in zukünftigen Nutzungsdaten das Mißverhältnis von Nachrichtennutzung und Nutzung sonstiger politischer Informationen verwischt werden.

(78) Diese Kritik ist schon aus der Kritik der Fernsehzuschauerforschung bekannt: vgl. Hans-BREDOW-Institut (Hrsg.) 1972.

(79) In der aktuellen Situation drückt sich diese Differenzierung in der Zuwendung zu spezialisierten Druckmedien aus. Für elektronische Medien zeigt sich eine Tendenz der Differenzierung darin, daß die Angehörigen höherer sozialen Schichten neuen elektronischer Kommunikationssystemen differenzierter und positiver gegenüberstehen als untere soziale Schichten (Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung 1975, S. 155ff, v.a. S. 162)

(80) Damit wird auch deutlich, warum in 'Entwicklungsländern' 'Medienzentrierte Modelle' durchaus Medienwirkungen erklären können, während dieses Modell in hochkomplexen Gesellschaften "Null-Ergebnisse" liefert. (CHAFFEE/IZCARAY, 1975)

(81) Dabei ist aber die Mediengattung "Tageszeitung" nicht differenziert. Gerade in diesem Zusammenhang ist die Unterscheidung von Abonnementzeitungen und Boulevardzeitungen relevant.

(82) Die - als niedrig beklagten- Einschaltquoten für politische Magazinsendungen verweisen darüberhinaus darauf, daß darin die Zurückhaltung der "höher Gebildeten", aber auch eine prestigeträchtige Übertreibung in den vorliegenden Reichweitedaten zum Ausdruck kommt.

(83) Während z.B. 1974 71% der Personen in Haushalten mit Fernsehgeräten - ungefähr gleichviel wie 1964 und 1970 - angaben, durch politische Informationen erreicht worden zu sein, sind in der Messung der Einschaltquoten starke Reichweiteverluste sowohl der Nachrichtensendungen, als auch sonstiger politischer Sendungen festzustellen. (KIEFER 1978, S. 62ff)

(84) Vgl. die Kritik TEICHERTs an der "Typologisierung" des Publikums: TEICHERT 1972, S. 422ff

(85) Ich werde später auf diese Hypothesen kritisch Bezug nehmen

(86) "Subjektiver Sinn" ist ein Zentralbegriff Max WEBERs soziologischer Handlungstheorie als "partikulare Wissenschaft vom menschlichen Verhalten und seinen Konsequenzen". (JASPERS: Die geistige Situation der Zeit, Berlin 1931, S. 137)
Das bedeutet, daß alle komplexen Phänomene der Sozialwelt ihren Sinn behalten, "aber dieser Sinn ist eben derjenige, den die in der Sozialwelt Handelnden, mit

ihren Handlungen verbinden. Nur das Handeln des Einzelnen und dessen gemeinter Sinngehalt ist verstehbar, und nur in der Deutung des individuellen Handelns gewinnt die Sozialwissenschaft Zugang zur Deutung jener sozialen Beziehungen und Gebilde, die sich in dem Handeln der einzelnen Akteure der sozialen Welt konstituieren."
(SCHÜTZ: Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt, Frankfurt/M. 1974, S. 13f) SCHÜTZ setzt sich intensiver mit WEBERs Konzept des "sinnhaften Handelns" auseinander.
Die Konzeption des "sinnhaften Handelns" des Medienpublikums wurde in der Massenkommunikationsforschung im Zusammenhang mit dem symbolischen Interaktionismus im "uses-and-gratification-approach" wiederbelebt und in der Bundesrepublik v.a. in den Arbeiten von RENCKSTORF und TEICHERT vorangetrieben.)

(87) Vgl. die Kritik von SCHÜTZ an WEBERs Theorie der Motivation: SCHÜTZ 1974, S. 36ff, S. 115ff
SCHÜTZ spricht in diesem Zusammenhang von der "Sphäre des einsamen Ich" und kritisiert den doppelten Gebrauch des Terminus Motiv als "Um - ZU" und als "WEIL" des Handelns, also dessen Zeitaspekt: "Indessen das Um-zu-Motiv, ausgehend vom Entwurf, die Konstituierung der Handlung erklärt, erklärt das echte Weil-Motiv aus vorvergangenen Erlebnissen die Konstituierung des Entwurfes selbst." (SCHÜTZ 1974, S. 123) Die Kategorie des subjektiven Sinns stellt so selbst einen vermittelten Entwurf von Handlungsabläufen dar.

(88) Vgl. TEICHERT 1972; TEICHERT 1973; RENCKSTORF 1977, S. 13ff; KOHLI 1977

(89) VGL. ZIJDERVELD 1972 zur "abstrakten Gesellschaft"

(90) Vgl. BERGLER 1966; in den Daten der empirischen Sekundäranalyse (Teil II) zeigen sich aber tendenzielle Veränderungen stereotyper Systeme im Kommunikationsverhalten.

(91) Diese Feststellung entspricht der berühmten Erwiderung von Karl MARX auf die HEGELsche Philosophie (vgl. MARX/ENGELS: Die deutsche Ideologie, in: MEW, Band 3, S. 26f und MARX: Zur Kritik der politischen Ökonomie, in: MEW, Bd. 13, S. 8f) die den Menschen als "Produkt" der gesellschaftlichen Verhältnisse begreift. In der Auseinandersetzung mit FEUERBACH hat MARX die zweite Perspektive, der Mensch als "Produzent" der gesell-

schaftlichen Verhältnisse, betont.

(92) Vgl. die Gegenüberstellung von "Medienzentrierten" und "Publikumszentrierten Modellen" bei RENCKSTORF 1977, S. 178ff

(93) Vgl. die Darstellungen der Modellentwicklungen bei RENCKSTORF 1977, S. 75ff; LANGENBUCHER/RÄDER/WEISS 1978, S. 12ff

(94) CHAFFEE stellt fest: "This limited effects model is simply not believed" (CHAFFEE 1975a. S. 19). Diese einfache "Ungläubigkeit" war schon lange festzustellen, empirisch aber nicht zu untermauern, solange Massenkommunkation als "Ursache von Wirkungen" (vgl. DRÖGE/WEISSENBORN/HAFT 1973²; CATTON 1973) aufgefaßt wurden. Auch Elisabeth NOELLE-NEUMANN begreift Massenkommunikation als Ursache von Wirkungen, wenn sie Wirkungen nachweisen will. (NOELLE-NEUMANN 1973, 1974, 1977, 1977a). Kommunikationswissenschaft als Disziplin mag zwar an "Medien" als Ursache von Wirkungen speziell interessiert sein, es fragt sich aber, welchen Ertrag diese Forschungsausrichtung erbringt, solange kommunikatives Verhalten nicht gleichzeitig als bewirktes Verhalten betrachtet wird, d.h. solange "Massenkommunikation" als "unabhängige Variable" nicht gleichermaßen als "abhängige Variable" eingesetzt wird.

(95) Unter diesem Aspekt werden beide Ansätze auch von BECKER/McCOMBS/McLEOD 1975 aufgegriffen.

(96) Zum "Homo duplex" vgl. MARX/ENGELS "Die deutsche Ideologie", MEW, Band 3, S. 21, 26-27; ZIJDERVELD 1972, S. 15-57; BERGLER 1966, S. 88-96

(97) Vgl. z.B. das Konzept des "covert rehearsal" von HULETT bei RENCKSTORF 1977, S. 125ff; LUHMANN zum Verfahren (s.o.); KOHLI 1977; TEICHERT 1973

(98) Die Feststellung von "Politisierung" oder "Entpolitisierung" ist in starkem Maße von den demokratietheoretischen Konzeptionen abhängig. Dies zeigt sich auch durch die Umschreibung von "Entpolitisierungsprozessen" durch "narkotisierende Dysfunktion der Massenkommunikation" (LAZARSFELD/MERTON 1973, S. 457f) LAZARSFELD/MERTON gehen von einer Dysfunktionalität politischer Apathie aus, andere Autoren betrachten aber politische Apathie als funktional: vgl. Fußnote 62.

B. ANMERKUNGEN ZUM ZWEITEN TEIL:

EMPIRISCHE SEKUNDÄRANALYSEN ZUM VERHÄLTNIS VON POLITISCHEM UND KOMMUNIKATIVEM VERHALTEN

(1) Vgl. z.B. WAYNE: "Non response, Sample Size and the Allocation of Resources" in: Public Opinion Quarterly, Vol. 39, Winter 75/76, S. 557-562

(2) Vgl. z.B. LANGENBUCHER/RÄDER/WEISS 1978

(3) Als Parallele zur Forschungssituation kann man das von BACHRATZ/BARAN aufgeworfene Problem der Decisions und Non decisions begreifen: BACHRATZ/BARAN "Decisions and Non decisions: An Analytical Framework" in: American Political Science Review 1963
Jede Auswertung von Untersuchungen unterliegt dem Problem der Selektivität. Daher ist auch zu fragen, ob die getroffene Selektionsentscheidung die mögliche theoretische Relevanz ausschöpft bzw. welche Relevanz ausgeschöpft wurde.

(4) Vgl. HYMAN 1972

(5) D.h. abgesehen von sogenannten Omnibus-Befragungen, in denen nur die Stichprobe definiert ist.

(6) So ist z.B. das geäußerte politische Interesse in Erhebungen mit einem offensichtlich politischen Bezugsrahmen anders als in Erhebungen, die weniger stark "Politik" thematisieren.

(7) Im Gegensatz zur Absicht, durch Quotenverfahren eine Zufallsstichprobe zu erreichen (EYSENCK 1971, S. 154ff; NOELLE-NEUMANN 1963, S. 132ff; DEMING 1960; MENDENHALL/OTT/SCHAEFFER 1971) ist hier nicht die deskriptive, sondern eine analytische Strategie in der Bildung von Quotenstichproben gemeint.

(8) An einem Beispiel ausgedrückt: Meinungsforscher können zwar vor Wahlen sehr genau voraussagen wieviel Prozent die SPD wählen werden. Auf die Frage, warum diese Leute SPD wählen werden, wird man dann aber auf Vermutungen verwiesen.

(9) INFRATEST 1975

(10) Dummy

(11) Ein weiterer Grund besteht darin, daß ich an allen drei Untersuchungen mitgewirkt habe, also die Erhebungsbedingungen kenne und somit leichter ein neues Bezugssystem konstituieren kann.

(12) Vgl. Hans-Jürgen WEISS, Wahlkampf im Fernsehen. Untersuchung zur Rolle der großen Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 1972. Berlin 1976 (=AfK-Studien Bd. 5)

(13) KRAUS 1962; ARNIM 1972; ARNIM 1973

(14) SMYTHE 1961; LANG/LANG 1961

(15) WEISS 1976, die Ergebnisse der Untersuchung können dort entnommen werden.

(16) Diese Fragestellung wird in der Sekundäranalyse nicht in den Einzelanalysen, sondern erst in der zusammenfassenden Diskussion aller Analysen verfolgt. Die Formulierung der Hypothesen weicht daher auch von den vorhergehenden Hypothesenformulierungen ab. Die Fragestellung selbst hat einen eher resümierenden, weniger einen operationalen Charakter.

(17) Diese und die nachfolgenden Hypothesen werden speziell auf das Medium "Fernsehen" bezogen, sie sollen auf die Hypothesen zur "Politisierung durch Fernsehen" bei NOELLE-NEUMANN 1974 und KIEFER 1978 bezogen werden.

(18) Eigentlich ergibt sich sogar die Implikation von Mehrebenenanalysen (HUMMELL 1972; KEMPF 1974)

(19) Ich behandle Korrelationen und einfache Varianzanalysen innerhalb der bivariaten Zusammenhänge gleich, weil Mittelwertsdifferenzen auch auf Zusammenhänge verweisen. Darüberhinaus werden die einfachen Varianzanalysen wichtig, um die Linearitätsannahmen der Korrelation zu überprüfen.

(20) GAENSSLEN/SCHUBÖ entwickeln die multivariaten Verfahren insgesamt aus der regressionsanalytischen Betrachtung, weil die varianzanalytische Betrachtung ein Spezialfall der regressionsanalytischen Betrachtungsweise ist (GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973, S. 23ff

(21) Die Zusammenhänge der multivariaten Verfahren als jeweilige Ausprägungen multivariater Modelle werden bei ÜBERLA 1971, S. 81ff und STEINHAUSEN/LANGER 1977, S. 25ff dargestellt.

(22) Die Rekonkretisierung der abstrakten Sinndimensionen (=Faktoren) als individuelle Thematisierung von Sinn (=Faktorenwerte) schöpft m.E. die Faktorenanalyse als analytisches Verfahren voll aus. Auf die "gängige" Beschränkung der Faktorenanalyse auf die Extraktion der Faktoren und die Interpretation der rotierten Faktorenlösung trifft HEGELs Kritik am Empirismus voll zu (HEGEL 1970, Band 8, S. 109ff)

(23) Zusammenhänge zwischen Variablen werden durch Korrelationen ausgedrückt, und zwar in "Je-desto-Sätzen". Die Korrelationen geben die Art und die Stärke von Zusammenhängen an. (KRIZ 1973, S. 211ff) Korrelationen zeigen aber nur ein Verhältnis zwischen zwei Variablen als "Gesamtaufnahme"; in den Korrelationsmaßen werden alle Einflüsse auf das Verhältnis zweier Variablen zusammengefaßt. Ein Korrelationskoeffizient kann in einem direkten kausalen Effekt, in indirekte kausale Effekte - also zusammen in einen totalen kausalen Effekt -, in indirekte korrelierte Effekte und in Effekte von Drittvariablen - letztere bilden zusammen die nicht kausalen Effekte - zerlegt werden (OPP/SCHMIDT 1976, S. 149· Die Begründung dieser Einteilung läßt sich anhand des varianzanalytischen Theorems nachvollziehen, vgl. GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973; RITSERT/STRACKE/HEIDER 1976)
Die Wiedergabe eines Verhältnisses zweier Variablen durch einen Korrelationskoeffizienten ist also sehr ungenau und mit Problemen behaftet (KRIZ 1973, S. 242ff). Für alle bivariaten Analysen (also auch für Kreuztabulationen und einfache Varianzanalysen) gilt, daß die Gefahr von Fehlschlüssen sehr hoch ist, weil die Beziehung isoliert betrachtet wird. Aus diesem Grund empfiehlt sich eine "Mehrvariablen-Analyse", in der aber schon theoretische Konzeptionen über die Art eines Zusammenhangs erforderlich sind.

(24) Zu den Kausalitätsproblemen vgl. OPP/SCHMIDT 1976, S. 42f; VETTER, Statistische und dynamische Kausalanalyse, in: Zeitschrift für Sozialpsychologie 1972, Bd. 3, S. 13-22; SUPPES, A Probabilistic Theory of Causality, Amsterdam 1971; LUHMANN, Funktion und Kausalität, in: LUHMANN 1970, S. 9-30

(25) In der Analyse von Zusammenhängen bedarf es zwar nicht der strengen Formalisierung "abhängiger" und "unabhängiger Variablen". Die Modellannahmen sind aber auch dann im Verfahren immanent vorhanden; vgl. z.B. für die Faktorenanlyse: ÜBERLA 1971, S. 54ff.

(26) Dieses "inhaltliche Beispiel" dient nur der problemorientierten Darstellung. Es handelt sich um teilinterpretierte Kalküle ("abhängige Variablen", "unabhängige Variablen"), die ich zur Verdeutlichung an der vorliegenden Problemstellung inhaltlich ("Verhaltenssystem") interpretiere.

(27) Dies ist hier nur beispielhaft: In der Analyse ist die Trennung natürlich nicht in dieser Form vorhanden.

(28) Hier wurden allerdings nur formale Modelle aufgezeigt. Die multivariaten Verfahren beruhen aber im wesentlichen auf dem statistischen Modell der Regression, daher müssen die meßtheoretischen Voraussetzungen der Regressionsanalyse beachtet werden (GAENSSLEN/SCHUBÖ 1973, S. 35ff)

(29) Für die genaue Zusammensetzung der Indices verweise ich auf den Anhang.

(30) McDILL/RIDLEY: Status, Anomia, Political Alientation and Political Participation. In: American Journal of Sociology, Vol. 68, 1962, S. 206f; vgl. auch die Beziehung zwischen Politik und Publikum bei HABERMAS, in: Strukturwandel der Öffentlichkeit, Neuwied 1961. Zur allgemeinen Diskussion des Entfremdungsbegriffes vgl. FISCHER: Die Entfremdung des Menschen in einer heilen Gesellschaft, München 1970

(31) Vgl. die wahrnehmungstheoretische Aufarbeitung von Rezeptions- und Perzeptionsprozessen bei SCHNABL 1970 und HERMANNS 1973.

(32) Vgl. BERGER: Parteienidentifikation in der BRD, in: Politische Vierteljahresschrift 14, 1973, S. 215ff

(33) Zum Problem von Scheinkorrelationen vgl. KRIZ 1973, S. 242ff

(34) Da der Schätzfehler bei den approximativen Regressionsanalysen in dieser Stichprobe sehr hoch ist, sollen diese Analysen nicht als strenge teststatistische Analysen interpretiert werden.

(35) Die Diskussion um solche Fragen wie: "Entschied das Fernsehen die Bundestagswahl?" wird zumeist auf dieser Ebene betrieben. Für den gleichen Untersuchungszeitraum vgl. NOELLE-NEUMANN 1974.

(36) Vgl. HARRIS: A Primer of Multivariate Statistics, New York 1975, S. 20: dieses Verfahren wird besonders bei geringen Stichprobenumfängen vorgeschlagen.

(37) Vgl. OPP/SCHMIDT 1976; HOLM 1977; KIM/KOHOUT 1975; DUNCAN 1966; BLALOCK 1964; LANGE 1978; JAGODSKI/ ZÄNGLE 1977

(38) Vgl. auch den Faktor 2 der Faktorenanalyse "Kommunikativen Verhaltens" auf S.150

(39) Vgl. die Bedeutung von "Gedächtnis" in den perzeptionstheoretischen Ansätzen, z.B. bei SCHNABL 1970

(40) Diese Überlegung ist nur kursorisch, damit soll nicht die Komplexität von Rezeptionsprozessen erfaßt werden.

(41) Hier kann aber nicht präzisiert werden, unter welchen anderen Aspekten sie diese Sendungen perzipieren.

(42) Vgl. z.B. LANGENBUCHER/RÄDER/WEISS 1978

(43) Dies ist u.a. eine Implikation des Nutzenansatzes, der davon ausgeht, daß Individuen Kommunikationsrepertoires haben, die sich in ihrer Handlungsgeschichte herausgebildet haben.

(44) Vgl. zu diesem Problem BRAUNSCHWEIG 1975, S. 16f

(45) Vgl. LANGENBUCHER/RÄDER/WEISS 1978; zwar liegen bisher schon Mediennutzungstypologien vor, diese Typologien untersuchen aber nur medienimmanente Mediennutzung (FRANK 1975; KIEFER 1978)

(46) Rechenprogramm: WISHART: CLUSTAN 1 C (1975) mit den Prozeduren FILE, CORREL, HIERARCHY, RESULT, RELOCATE, MODE

(47) Diese zum scree-Test analoge Überlegung zur Bestimmung der Clusterzahl wird von STEINHAUSEN/LANGER 1977, S. 171 und auch bei OPFER 1975, S. 83ff angeregt.

(48) Die erste Diskriminanzfunktion trennt Typ 2 von Typ 3, die zweite Typ 1 von Typ 2. Die standardisierten Diskriminanzkoeffizienten verweisen dabei auf die typbestimmenden Variablen (in beiden Trennfunktionen: Typ 1 = +/++, Typ 2 = ++/--, Typ 3 = --/-).

(49) Nach dem multiplen Duncan-Range-Test sind alle drei Medianutzungstypen bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von $p \leq .01$ in der "zweckorientierten" Perzeption eindeutig voneinander abgesetzte Typen.

(50) Die Typenbezeichnung greift nur ein Merkmal heraus, es ist aber zu beachten, daß der Typ selbst durch viele Variable konstituiert ist.

(51) Durchschnitt heißt hier "stichprobenimmanenter Durchschnitt", es ist dabei zu berücksichtigen, daß der Typ 1 aufgrund seines Umfanges stark durchschnittsbestimmend ist.

(52) FRANK berichtet über acht Zuschauertypen. Es wäre hier mühsam alle Zuschauertypen zu beschreiben, da die reine Typenbezeichnung wenig aussagt. Die genaue Typenbeschreibung ist aus FRANK 1975, S. 46ff zu entnehmen. Im folgenden werden nur die Typen herausgegriffen, die eindeutig mit den von mir ermittelten Medianutzungstypen korrespondieren.

(53) Vgl. DIVO/INFRATEST 1966, S. 50ff; KIEFER 1978, S. 54ff

(54) Die isolierte Betrachtung kommunikativen Verhaltens als "Verhalten für sich", also ohne Bezug auf das sonstige Verhalten der Individuen, wird natürlich verschärft, wenn nur noch ein bestimmtes Kommunikationsverhalten - z.B. Interesse für und Nutzung von inhaltliche(n) Angebote(n) des Fernsehens - betrachtet wird.

(55) So gibt es z.B. seit langem das programatische Modell von RILEY/RILEY 1959, es gibt aber m.W. keine empirische Untersuchung, die dieses Modell nur annähernd zu erfüllen versucht.

(56) Der Aspekt der Interaktion in sozialen Gruppen ist in der Sekundäranalyse leider nur patiell und bruchstückhaft zu berücksichtigen; die Variablen "Individuelle politische Aktivität", "Formelle Teilnahme", "Kontaktfreudigkeit" und "Soziale Isolation" verweisen aber auf Aspekte sozialer Interaktionspotentiale.

(57) Die zielgruppenorientierte Programmplanung ist inzwischen in der Reformation der Programmstruktur vollzogen worden. Siehe: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG 14.12.1977, S. 29

(58) Dieses Ergebnis kann als inhaltliche Evaluation der Clusterbildung begriffen werden.

(59) Insofern bin ich der Meinung, daß der von mir gewählte Ansatz in der Analyse des Medianutzungsverhaltens bessere und differenzierte Ergebnisse erbringt als die auf Repräsentativität ausgelegten und über deskriptive Methoden erklären wollende Studien. (vgl. RENCKSTORF 1977, S. 35f)

(60) Es besteht z.B. durchaus die Möglichkeit diese These am Material der Longitudinalstudie "Massenkommunikation '64 - '70 - '74" differenzierter zu überprüfen. Dies gilt auch für die als "überprüft" eingestuften Hypothesen bei KIEFER 1978, S. 55. Es ist nämlich zu fragen, ob es nicht gefährlich sei, die mit deskriptiv-statistischen Methoden und Fragestellungen überprüften Hypothesen als "verifiziert" abzuhaken.

(61) In dieser Legislaturperiode wurde die Regierung umgebildet: nachdem Willy Brandt als Bundeskanzler zurückgetreten war, wurde Helmut Schmidt im Bundestag zum Bundeskanzler gewählt. Zur "Tendenzwende" politischer Zielrichtungen vgl. GRAUHAN 1975

(62) Als Indiz dafür sei hier die hohe aktive Beteiligung vieler Jugendlicher im Wahlkampf 1972 und in den Parteien in den frühen 70er Jahren genannt. Diese Bewegung hat in der SPD zu heftigen Konflikten geführt. (vgl. STREECK/STREECK 1972)

(63) So gilt die erste Möglichkeit zu wählen als kritisches Moment, weil damit auch die Wahrnehmung künftigen Wahlrechts gesteuert wird.

(64) Vgl. KATZ/GUREVITCH/HAAS 1973, WEISS 1978

(65) Vgl. dazu oben, S.

(66) Vgl. dazu die ausführlicheren Skalenbeschreibungen oben S.133

(67) Zum Problem der Signifikanz von Faktoren vgl. ÜBERLA 1971, S. 133ff

(68) Zum Kommunalitätenproblem vgl. ÜBERLA 1971, S. 155ff; zum Zusammenhang von Kommunalität und Reliabilität vgl. ÜBERLA 1971, S. 58 und 150

(69) Die Faktorenanalyse selbst wird hier nicht beschrieben.

(70) Ein alternatives Vorgehen hätte darin bestanden, die kritischen Items zu eliminieren. Ich habe aber davon abgesehen, weil dies die Skalen als Instrumente verändert hätte. Die Überprüfung der Skalen liefert genügend Anhaltspunkte für eine realistische Relativierung in der Interpretation.
Die Skalen wurden über die Kumulation der Einzelindices gebildet. Damit der numerische Bereich der Indices und Skalen einheitlich wird, wurden die Skalenwerte pro Person durch das theoretisch mögliche Maximum (in diesen Fällen identisch mit der Anzahl der Items) dividiert. Weil aber die Vercodung im Fragebogen mit Nein = 1 und Ja = 0 eingesetzt war, wurde schließlich der Skalenwert invertiert, sodaß nun im Sinne der Skalenbezeichnung die Skala von einem Minimum 0 (= absolute Ablehnung) bis zu einem Maximum von 1 (= absolute Zustimmung) reicht.

(71) Vgl. die Operationalisierung in den beiden anderen herangezogenen Untersuchungen

(72) Vgl. KLINGEMANN/PAPPI 1972; KALTEFLEITER 1976; konträr dazu: GIBOWSKI 1977

(73) Die Logik dieser Indizierung hat bei den Befragten anscheinend nur an einer Stelle nicht gearbeitet: einige sonst stringent "links"-Präferierende bevorzugten in der Wahlmöglichkeit zwischen CSU und NPD die NPD, wohl aber affektiv nach dem Motto "dann lieber gleich NPD"

(74) Dabei muß daran erinnert werden, daß durch die Quotierung (vgl. Tab. **16**) auch kein Zusammenhang zwischen Schulbildung, Geschlecht und Wahlverhalten besteht.

(75) Vgl. auch die Auflistung von Grundannahmen bei KATZ/BLUMLER/GUREVITCH 1973/74, S. 510f

(76) Vgl. z.B. den paradigmatischen Vergleich dreier Ansätze bei McQUAIL/GUREVITCH 1974, S. 298

(77) Vgl. z.B. die Kritik RENCKSTORFs an den linear kausalen (und damit volldeterminierten) Wirkungsmodellen (RENCKSTORF 1977, S. 170) mit der Erörterung äquivalenter Kausalbeziehungen bei LUHMANN 1970, S. 16ff

(78) Vgl. dazu die kritischen Bemerkungen von TEICHERT 1975, S. 280

(79) RENCKSTORF verwirft darum Untersuchungen nach dem Survey-Muster und betont Forschungsstrategien, die auf faktische Prozesse sozialer Interaktion und deren Resultate abzielen (RENCKSTORF 1977, S. 36). Die als "Schweden-Studie" bekannte Untersuchung von ROSENGREN/WINDAHL 1977 fällt in ihrer methodischen Anlage deutlich hinter dem Paradigma von ROSENGREN 1974 zurück.

(80) Genauer ausgedrückt: Das Quadrat einer kanonischen Korrelation gibt den Anteil gemeinsamer Varianz der in den beiden Variablenblöcken gebildeten Linearkombinationen an. Es ist dabei möglich, daß die Linearkombinationen nahezu vollständig durch eine "Leitvariable" bestimmt werden.

(81) Nach der Meinung von COOLEY/LOHNES 1962 sollen nur kanonische Korrelationen $\leq .30$ ($r_c^2 \approx .10$) in Betracht gezogen werden. Insofern ist die hier vorliegende Korrelation $r_c = .518$ durchaus nicht schwach.

(82) Die oben dargestellte Diskriminanzanalyse kann als Sonderfall der multiplen Regression für eine qualitative Variable (Wahlverhalten als Dummy-Variable) begriffen werden. Im folgenden wird das Regressionsmodell explizit auf das Wahlverhalten von Jugendlichen bezogen. Der wesentliche Unterschied zur diskriminanzanalytischen Überprüfung liegt nun darin, daß verschiedene Variablengruppen sukzessiv zur Erklärung des Wahlverhaltens eingesetzt werden.

(83) D.h. zugleich, daß damit die Quotenvorgabe überprüft wird. Es ist zu beachten, daß die soziale Situation durch die Stichprobendefinition konstant gehalten wurde.

(84) Die politischen Einstellungen wurden als diejenige kanonische Variable, die maximal mit der allgemeinen Nutzung von massenmedialen Inhalten korreliert, einbezogen.
Die Linearkombination polarisiert die politischen Einstellungen folgendermaßen:

Politische Orientierung	.479
Politisches Engagement	.253
Politik als Störfaktor	.042
Unpolitische Haltung	-.562

(85) Vgl. Fußnote 83; nachdem aber in der Regressionsanalyse der Quoteneffekt eliminiert wird, zeigt sich ein Geschlechtsspezifischer Einfluß auf das Wahlverhalten.

(86) In dieser Untersuchung konnten leider solche Einstellungsdimensionen wie "Politische Entfremdung" bzw. ähnliche Dimensionen, die dieses Phänomen erklären könnten, nicht verfolgt werden.

(87) In den Analyseverfahren ist es z.T. notwendig, diejenigen Datensätze, die in den betrachteten Kriterien fehlende Werte aufweisen aus der Analyse zu nehmen (Listwise Deletion), wodurch die Stichprobenumfänge in den Analysen variieren können.

(88) Auf die, für diese Stichprobe ebenfalls charakteristische Verteilung der politischen Aktivität wird später eingegangen.

(89) Diese Argumentation ist nicht mit der methodischen Implikation zu verwechseln, daß die Varianzanteile in den Faktoren sukzessive abnehmen.

(90) Dies ergibt sich aus dem exakteren Chi-Quadrat-Test für die Signifikanz von Faktoren in der kanonischen Faktorenanalyse, die zwar gerechnet wurde, hier aber nicht berichtet wird.

(91) Die Ausführungen von ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL 1975, v.a. S. 83 verdeutlichen, daß mit der hier vorliegenden Operationalisierung eine andere Form politischer Teilnahme als in den oben verwendeten Skalen zum politischen Verhalten erfaßt wird.

(92) Diese Bemerkung ist durchaus nicht als sophistische Umkehrung gemeint: eine wachsende Geldmenge bei gleichzeitig schwindender Kaufkraft wird z.B. gemeinhin als "Inflation" bezeichnet.

(93) MASSING hält dieses Politikverständnis auf der Definitionsebene sehr vage, mit der Begründung, daß dieses Verständnis im Recht sei, "wenn es die durch die a priorische Festlegung des Begriffsumfangs kategorialer Apparate verfügte Einengung seines Erfahrungshorizontes hinzunehmen sich weigert." MASSING 1974, S. 24.

(94) Und speziell an diesem inhaltlichen Problem zeigt sich, daß das Rotationsproblem der Faktorenanalyse eine wichtige modelltheoretische Implikation darstellt,

(ÜBERLA 1971, S. 165ff): Die VARIMAX-Rotation produziert aufgrund ihrer Definitionskriterien u.U. viele Doppelladungen im Faktorenmuster. Das wird häufig als Nachteil betrachtet, weil eine eindeutige Zuordnung zu den Faktoren angestrebt wird. Die Verwendung der Faktorenanalyse zur Feststellung von latenten, unabhängigen Strukturen kann sich aber solchen Interpretationen nicht anschließen, da die Ambivalenz von Variablen in verschiedenen Sinnzusammenhängen ein reales Phänomen ist, das nicht künstlich getilgt werden darf.

(95) Ein oft geäußerter Einwand bezieht sich auf die Orthogonalität der Faktoren durch die Rotation. Dieses restriktive Verfahren fällt tatsächlich sehr stark auf, da die erhaltenen Faktoren in der Realität kaum voneinander unabhängig sind. Andererseits zeigt sich damit die Perspektivenverkürzung in der Betrachtung der Faktorenanalyse: kann der Einwand doch nur gelten, wenn die Faktorenanalyse mit der Interpretation der rotierten Faktorenmatrix abgebrochen wird. Die mathematischen Analysekonstrukte von untereinander unabhängigen Faktoren korrelieren durchaus wieder, wenn die personenbezogenen Faktorenwerte miteinander korreliert werden. Ein weitaus stärkerer Einwand ist m.E., daß in der meist gebrauchten Methode der Faktorenanalyse, der multiplen Faktorenanalyse (dazu gehören die Hauptachsenmethode und die Zentroidmethode) aus jeder Korrelationsmatrix Faktoren extrahiert werden können. (RITSERT et al. 1976, S. 89; ÜBERLA 1971, S. 145

(96) Die gewählte Varimax-Rotation verschärft die Varianzextraktion, indem in jedem Faktor tendenziell nur hohe oder niedrige Ladungen auftreten (KAISER-Kriterium)

(97) Die Faktorenwerte werden aus der Faktorenwerte-Koeffizienten-Matrix, die sich aus der Multiplikation der rotierten Faktorenstrukturmatrix mit der invertierten Korrelationsmatrix ergibt, berechnet. Dieses Verfahren entspricht der multiplen Regression der einzelnen Variablen auf die Faktoren. Die so erhaltenen Gewichte werden mit den standardisierten Werten der jeweiligen Variablen multipliziert und über die Variablen addiert.

($f_i = fsc_{1i}z_1 + fsc_{2i}z_2 + \ldots + fsc_{ni}z_n$; wobei fsc_{ni} der jeweilige Faktorenwertkoeffizient für Variable und Faktor, z_n der jeweilige standardisierte Faktorenwert ist.)

(98) Diese Analyse ist ein Vorgriff auf die im nächsten Analyseabschnitt erläuterte Kovarianzanalyse. Die hier geschilderten Ergebnisse beziehen sich auf eine Multiple Klassifikationsanalyse (KIM/KOHOUT 1975, S. 409ff). Die Tabellen und Erläuterungen zu dieser Analyse befinden sich im Anhang. An dieser Stelle sollen nur die sozialsituativen Determinanten mitgeteilt werden.

(99) Siehe die nach Schulbildung und Alter kontrolliert partielle Korrelationsmatrix der verwendeten Indikatoren im Anhang.

(100) Hierarchische Analyse, in der die Kovariate nach den Haupteffekten der Varianzfaktoren analysiert werden. Vgl. auch Übersicht**29**

(101) Von den hierin betrachteten Beziehungen ist die Linearitätsannahme in der Beziehung zwischen der "Poltischen Aktivität" und dem "Formalen Machtbegriff" verletzt. Da diese Beziehung nicht bedeutsam ist, wurde diese Verletzung der Modellannahmen vernachläßigt.

(102) Die kritischen Einwände zur Validität des Instruments habe ich oben genauer ausgeführt (vgl. S.**276**)

LITERATURVERZEICHNIS

ABROMEIT/BURKHARDT: Die Wählerinitiativen im Wahlkampf 1972. Politisierte Wähler oder Hilfstruppen der Parteien? In: JUST/ROMAIN: 1974

ALMOND, G./VERBA, S.: The Civic Culture. Boston 1965

ALLPORT, G.W.: Pattern and Growth in Personality. London/New York 1964

AMMERMANN/GLUCHOWSKI/SCHMIDT: Rekursive oder nicht-rekursive Modelle? Zum Problem der Testbarkeit von Feedback-Prozessen. In: ZfS, 4, 1975, S. 203-220

Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (AfK): Telekommunikationsbedarf Teil B. München 1975 (unveröffentlicht)

ARD Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland: Rundfunkanstalten und Tageszeitungen. Eine Materialsammlung. Band 5, Frankfurt 1969

ARNIM, G.v.: Einflußmöglichkeiten des Fernsehens auf das Wahlverhalten. In: Rundfunk unf Fernsehen 20., 1972, S. 272ff

ARNIM, G.v.: Fünf Thesen über die Wirkungen der Massenmedien im Wahlkampf. Ein Resümee der empirischen Forschung. In: PROKOP. 1973, S. 249ff

ATKIN, Ch.: Instrumental Utilities and Information Seeking In: CLARKE (ed.). 1973

AUFERMANN/BOHRMANN/SÖLZER (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation Band 1 und 2, Frankfurt, 1973

BADURA/GLOY (Hrsg.): Soziologie der Kommunikation, Stuttgart. 1972

BALL/ROKEACH/DeFLEUR: A Dependency Model of Mass-Media Effects. In: Communication Research, Vol. 3, No. 1, January 1976, S. 3-21

BAUER, R.A.: The Obstinate Audience: The Influence Process from the Point of View of Social Communication. In: American Psychologist. 1964 Wieder in: PROKOP, 1973

BAUMANN, Z.: A Note on Mass Culture: On Infrastucture. In: McQUAIL (ed.), 1972, S. 61ff

BECKER, L.B./McCOMBS, M.E./McLEOD, J.M.: The Development of Political Cognitions. In: CHAFFEE (ed.). 1975

BERG, K./KIEFER,M.: Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz, 1978

BERGER, M.: Untersuchungsmethoden und soziale Wirklichkeit. Frankfurt/M. 1974

BERGER, P.L./LUCKMANN, Th.: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Frankfurt/M., 1970

BERGLER, R.: Psychologie stereotyper Systeme. Bern, 1966

BERG-SCHLOSSER, D.: Politische Kultur. Eine neue Dimension politikwissenschaftlicher Analyse. München 1972

BLALOCK, H.M. jr.: Causal Inferences in Nonexperimental Research. Chapel Hill, 1964

BLUMLER, J.G./GUREVITCH, M.: Linkages between the mass media and politics: a model for the anylysis of political communications systems. Arbeitspapier für das European Consortium for Political Research Workshop on The Political Role of the Mass Media Straßburg. März 1974

BLUMLER, J.G./GUREVITCH, M.:Towards a Comparative Framework for Political communication Research. In: CHAFFEE, St. (1975): 165-193

BLUMLER, J.G./KATZ, E. (eds.): The Uses of Mass Communications.Current Perspectives on Gratifications Research Vol. III. Beverly Hills. 1974

BLUMLER, J.G./McQUALL, D.: Television in Politics: Its Uses and Influence. London. 1968

BLUMLER, J.G./McQUAIL, D.: The Audience for Election Television. In: J. TUNSTALL (Hrsg.), Media Sociology. London, 1970, S. 452-478

BONFADELLI, H.: Zur "increasing knowledge gap" Hypothese. In: Bertelsmann Texte 7, Gütersloh 1978, S. 71ff

BRAUNSCHWEIG, E. (Hrsg.): Typologien und ihre Aspekte. Velbert (Heinrich Bauer Stiftung) 1975

BRIM, O./WHEELER, St.: Erwachsenensozialisation. Stuttgart, 1974

BROCHER, T.: Die Unterhaltungssendung als Instrument gesellschaftlicher Bewußtseinsbildung. In: LONGOLIUS, C.(Hrsg.) Fernsehen in Deutschland. Mainz 1967, S. 283-295

BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG: Meßinstrument für sozio-politische Einstellungen."SOPO"-Manual. Bonn 1976

CADWALLADER, L.: Die kybernetische Analyse des Wandels. In: W. ZAPF (Hrsg.) Theorien des sozialen Wandels. Köln/Berlin, 1970, S. 141-146

CATTON, W.R.: Massenmedien als Ursache von Wirkungen: Bericht über den Stand der Forschung. In: AUFERMANN/BOHRMANN/SÖLZER, 1973, S. 64ff

CHAFFEE/WARD/TIPTON: Massenkommunikation und politische Sozialisation. In: AUFERMANN/BOHRMANN/SÖLZER (1973): 471-494

CHAFFEE, St.H. (ed.): Political Communication. Issues and Strategies for Research. Sage Annual Reviews of Communication Research. Vol. V, Beverly Hills. 1975

CHAFFEE, St.H. /1975a): Asking New Questions about Communications and Politics (Vorwort). In: ders. (ed.) 1975

CHAFFEE, St.H. (1975b): The Diffusion of Political Information. In: ders. (ed.) 1975

CHAFFEE/IZCARAY: Mass Communication Functions in a Media Rich Developing Society. In: Communication Research 2, 1975, S. 367ff

CHANEY, D.: Processes of Mass Communication. London. 1972

CLARKE, P. (ed.): New Models for Communication Research. Sage Annuals of Communication Research Vol. II. Beverly Hills 1973

CLARKE, P./KLINE, F.G.: Medienwirkungen neu überdacht: einige neue Strategien zur Kommunikationsforschung. In: RuF, 22, 1974/1, S. 37ff

CNUDDE, Ch.F./NEUBAUER, D.E. (Hrsg.): Empirical Democratic Theory. Chicago. 1969

CNUDDE, Ch.F./NEUBAUER, D.E.: New Trends in Democratic Theory. In: dies, (Hrsg.), Empirical Democratic Theory. Chicago. 1969, S. 511-543

COOLEY/LOHNES: Multivariate Procedures for the Behavioral Sciences. New York, Wiley, 1962

COOMBS, C.H.: A Theory of Data. Wiley, New York, 1964; The Psychological Review, 67, No.3, Mai 1960, S. 143-159

DAHL, R.A.: Die politische Analyse. München 1973

DAHRENDORF, R.: Homo Sociologicus. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle. Köln/Opladen. 1970

DAHRENDORF, R.: Aktive und passive Öffentlichkeit. Über Teilnahme und Initiative im Prozeß moderner Gesellschaften. In: W.R. LANGENBUCHER (Hrsg.), Zur Theorie der politischen Kommunikation. München, 1974, S. 97-109

DANCE, F.E.X.: The 'Concept' of Communication. In: PORTER/ROBERTS 1977

DEAN, D.G.: Entfremdung und politische Apathie. In: FISCHER, A. (1970): 275-283

DeFLEUR, M.L.: Theories of Mass Communication. New York 1970

DEMING, W.E.: Sample Designs in Business Research. New York/London 1960

DEUTSCH, K.W.: Politische Kybernetik. Freiburg i. Br. 1969

DEUTSCH, K.W.: Integration and the Social System: Implications of Functional Analysis. In: JAKOB/TOSCANO (eds.): The Integration of Political Communities. New York, 1964, S. 179-208

DI PALMA, G.: Apathy and Participation. Mass Politics in Western Society. New York, 1971

DIVO/INFRATEST: Massenkommunikation - Ergänzung oder Konkurrenz der Massenmedien? In: ARD(Hrsg.) Rundfunkanstalten und Tageszeitungen. Dokumentation 4: Meinungsfragen und Analysen. Mainz 1966

DOCUMENTA GEIGY: Wissenschaftliche Tabellen. Basel 1962^{6}

DONOHEW, L./TIPTON, L.: A Conceptual Model of Information Seeking, Avoiding and Processing. In: CLARKE (ed.) 1973

DRÖGE/WEISSENBORN/HAFT: Wirkungen der Massenkommunikation. Frankfurt/M. 1973^{2}

DUNCAN, O.D.: Path Analysis: Sociological Analysis . In: American Journal of Sociology 72, 1966: 1-16

EASTON, D.: A Systems Analysis of Political Life, New York 1965

EDELMAN, M.: Politics as Symbolic Action. Chicago. 1971

EDELMAN, M.: Symbols and Political Quiescence. In: CNUDDE/NEUBAUER (Hrsg.), Empirical Democratic Theory. Chicago, 1969 S. 98-113

ELLIOTT, Ph.: Uses and Gratification Research: A Critique and a Sociological Alternative. In: BLUMLER/KATZ, 1974

ELLWEIN/ZOLL: Berufsbeamtentum - Anspruch und Wirklichkeit. Düsseldorf 1973

ELLWEIN, T./ZOLL, R.: Politische Bildung und empirische Sozialforschung. In: Materialien zur politischen Bildung, 1973a, Heft 1, S. 34-55

ELLWEIN/LIPPERT/ZOLL: Politische Beteiligung in der Bundesrepublik Deutschland. Göttingen 1975

ETZIONI/LEHMANN: Zur "gültigen" Messung gesellschaftlicher Tatbestände. In: FEHL/FESTER/KUHNERT 1972

ETZIONI, A.: Active Society : A Theory of Societal and Political Processes. London/New York 1968

EULAU,H./SCHNEIDER, P.: Dimensions of political Involvement. POQ 20, 1956, S. 128-142

EYSENK, H.J.: Wege und Abwege der Psychologie. Hamburg 1971[10]

FABRIS, H.H.: Der Politiker als Kommunikator. In: LANGENBUCHER 1974, S. 110ff

FALTER, J.W.: Ein Modell zur Analyse individuellen politischen Verhaltens. In: PVS, 13, 1972, S. 547-566

FEHL, G./FESTER, M./KUHNERT, N.: Planung und Information. Gütersloh, 1972

FISCHER, A. (Hrsg.): Die Entfremdung des Menschen in einer heilen Gesellschaft. München, 1970

FISCHER, G.H.: Lineare logistische Modell zur Beschreibung von Einstellungs- und Verhaltensänderungen unter dem Einfluß von Massenkommunikation. In: W.F. KEMPF (Hrsg.), 1974, S. 81ff

FLORA, P.: Modernisierungsforschung. Zur empirischen Analyse der gesellschaftlichen Entwicklung. Opladen, 1974

FRANK, B.: Programminteressentypologie der Fernsehzuschauer. In: Rundfunk und Fernsehen 22, 1975

FUNKHOUSER, R.: The Issues of the sixties: An Exploratory study in the Dynamics of Public Opinion. In: POQ 37; 1973: 62-75

GAENSSLEN/SCHUBÖ: Einfache und komplexe statistische Analyse, München 1973

GEIßLER, R.: Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie, Tübingen 1973

GEIßLER, R.: Bedürfnisvermittlung und Kommunikation. In: Rundfunk und Fernsehen 1976/1-2, S. 3-14

GIBOWSKI, W.G.: Die Bedeutung der Links-Rechts-Dimension als Bezugsrahmen für politische Präferenzen. In KAASE 1977: 600-626

GOODE, W.J.: Eine Theorie des Rollenstress. In: HARTMANN (Hrsg.), 1973²

GOTTSCHALK, H.: Die politische Wirksamkeit der unpolitischen Unterhaltung. In: PRAGER, G. (Hrsg.): Unterhaltung und Unterhaltendes im Fernsehen. Mainz 1971

GOULDNER, A.W.: Reziprozität und Autonomie in der funktionalen Theorie. In: HARTMANN, H.(Hrsg.): Moderne amerikanische Soziologie, München 1973, S. 369-393

GREENBERG, B.S.: Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children. In: BLUMLER/KATZ (1974): 71-92

GREENWALD, A.G.: Effects of Prior Commitment on Behavior Change after a Persnasive Communication. In: POQ 29, 1965/66: 595-601

GROSS/NIMANN: Attitude - Behavior - Consistency: A Review. In: Public Opinion Quarterly 39, 1975, S. 358ff

HABERMAS, J.: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied 1962

HABERMAS, J.: Technik und Wissenschaft als "Ideologie". Frankfurt 1968

HABERMAS/FRIEDEBURG/OEHLER/WELTZ: Student und Politik. Neuwied 1969

HABERMAS, J.: Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. Frankfurt 1973

HABERMAS/LUHMANN: Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Frankfurt 1971

HÄTTICH, M.: Politische Wirkungen von Nachrichtensendungen. In: FRIEDRICH, H. (Hrsg.): Politische Orientierungen durch Fernsehnachrichten. Tutzing 1973

HÄTTICH, M.: Parteien als Kommunikationskanäle. In: LANGENBUCHER 1974, S. 123ff

HANS-BREDOW-INSTITUT: Fernsehforschung in der Bundesrepublik Deutschland, Homburg 1972

HARTMANN, H.: Moderne amerikanische Soziologie. Stuttgart 1973

HAYNES/WIMMER: Canonical Correlation in Mass Communication Research. In: Journalism Quarterly 54, No. 3, 1977, S. 601ff

HEGEL, G.W.F.: Werke in zwanzig Bänden. (v.a. Bd. 7 und Bd. 8) Frankfurt 1970

HERMANNS, A.: Der Prozeß der Aufnahme und Verarbeitung von Werbebotschaften, die von verschiedenartigen Medien übermittelt werden. Gruner+Jahr Schriftenreihe Band 2. Hamburg 1973

HIRSCH/MILLER/KLINE (eds.): Strategies for Communication Research. SAGE Annual Reviews of Communication Research Vol. 6. Beverly Hills 1977

HÖFER, W.: Die Popularisierung der Politik. In: LONGOLIUS, Chr. (Hrsg.) Fernsehen in Deutschland I, Mainz 1967, S. 123ff

HOLM, K.: Die Befragung 5. Pfadanalyse, Coleman-Verfahren, München 1977

HOLZER, H.: Gescheiterte Aufklärung? München 1971

HOLZER, H.: Kommunikationssoziologie. Reinbek 1973

HONDRICH, K.O.: Menschliche Bedürfnisse und soziale Steuerung. Reinbek 1975

HOVLAND/JANIS/KELLEY: Überzeugung durch aktive Beteiligung. In: IRLE u.a. (Hrsg.) 1969

HULETT, E. jr.: A Sybolic Interactionist Model of Human Communication. In: Audio-Visual Communication Review 14, 1966

HUMMELL. H.J.: Probleme der Mehrebenenanalyse. Stuttgart 1972

HYMAN, H.: Secondary Analysis of Sample Surveys: Principles, Procedures and Potentialities

HYMAN, H.: Political Sozialization. A Study in the Psychology in the Political Behavior. Glencoe/I11. 1969

INFRATEST: Kommunikationsverhalten und Kommunikationsnutzen. 4 Tabellenbände und 1 Berichtsband. München 1975 (unveröffentlicht)

INFRATEST: Kommunikationsverhalten und Buch. München 1978

IRLE/CRANACH/VETTER (Hrsg.): Texte aus der experimentellen Sozialpsychologie. Neuwied/Berlin 1969

JAGODZINSKI, W./ZÄNGLE, M.: Über einige Probleme der Anwendung der Pfadanalyse. Bemerkungen zu einer Studie über soziokulturelle Determinanten der Fähigkeit zum Role-Taking. In: Zeitschrift für Soziologie 6, 1977: 49-61

JUST/ROMAIN (Hrsg.): Auf der Suche nach dem mündigen Wähler. Bonn 1974

KAASE, M.: Demokratische Einstellungen in der Bundesrepublik Deuschland. In: Sozialwissenschaftliches Jahrbuch für Politik hrsg. von R. WILDEMANN, Bd. II. München/Wien 1971

KAASE, M. (Hrsg.): Wahlsoziologie heute - Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1976. In: Politische Vierteljahresschrift 18, Heft 2/3, 1977

KALTEFLEITER, W. u.a.: Im Wechselspiel der Koalition. Eine Analyse der Bundestagswahl 1969. Köln 1970

KALTEFLEITER, W.: Der Gewinner hat nicht gesiegt. Eine Analyse zur Bundestagswahl 1976. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 50/76 11. Dez. 1976

KATZ/GUREVITCH: The Secularization of Leisure: Culture and Communications in Israel. London 1975

KATZ, E./GUREVITCH, M./HAAS, H.: On the Use of Mass Media for Important Things. In: American Sociological Review 38, 1973: 164-181

KATZ/BLUMLER/GUREVITCH: Utilization of Mass Communication by the Individual. In: BLUMLER/KATZ (eds.) 1974

KATZ/BLUMLER/GUREVITCH: Use and Gratification Research. In: Public Opinion Quarterly, Winter 1973-74, S. 509-523

KATZ/FOULKES: On the Use of Mass Media as Escape: Clarification of a Concept. In: Public Opinion Quarterly Vol. XXVI, 1962 No. 3, S. 377-388

KEMPF, W.F. (Hrsg.): Probabilistische Modelle in der Sozialpsychologie. Bern/Stuttgart/Wien 1974

KIEFER, M.: Massenkommunikation 1964-1970-1974. In: BERG/KIEFER 1978

KIM/KOHOUT: Multiple Regression Analysis: Subprogram Regression. In: NIE et al. 1975, S. 320

KIM/KOHOUT: Analysis of Variance and Covariance Subprograms ANOVA and ONEWAY. In: NIE et al. 1975, S. 398

KIM/KOHOUT: Special Topics in General Linear Models. In: NIE et al. 1975, S. 368ff

KLAGES, H.: Die unruhige Gesellschaft. Untersuchungen über Grenzen und Probleme sozialer Stabilität. München 1975

KLAPPER, J.T.: The Effects of Mass Communication. Glencoe/Ill. 1961²

KLINE/TICHENOR (eds.): Current Perspectives in Mass Communication Research. SAGE Annuals of Communication Research Vol. I, Beverly Hills 1972

KLINGEMANN/MOCHMANN: Sekundäranalyse. In: KOOLWIJK/WIEHEN-MAYSER (Hrsg.): Techniken der empirischen Sozialforschung Bd. 2, München 1975

KNILLI, F.: Die Unterhaltung der deutschen Fernsehfamilie. Ideologiekritische Untersuchungen. München 1971

KOHLI, M.: Fernsehen und Alltagswelt. Ein Modell des Rezeptionsprozesses. In: Rundfunk und Fernsehen, Heft 1-2, 1977 S. 70ff

KON, I.S.: Soziologie der Persönlichkeit. Berlin 1971

KÖNIG, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. 4 Bände, Stuttgart 1973

KRAUS, S. (ed.): The Great Debates. Bloomington 1962

KRESS/SENGHAAS (Hrsg.): Politikwissenschaft. Frankfurt 1972

KRIZ, J.: Statistik in den Sozialwissenschaften. Reinbek 1973

LANG/LANG: Zuschauerreaktionen bei den Kennedy-Nixon-Debatten. In: Rundfunk und Fernsehen 9, 1961, S. 262ff

LANGE, E. Determinanten der Entscheidung für das Studium der Soziologie - Eine Anwendung der Pfadanalyse. In: Zeitschrift für Soziologie 7, Heft 1, 1978 S. 72-86

LANGENBUCHER, W.R. (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München 1974

LANGENBUCHER/RÄDER: "aus politik und zeitgeschichte". Struktur, Inhalt und Nutzung. Eine Effizienzanalyse der Beilage zu der Wochenzeitung "DAS PARLAMENT". Zwei Berichtsbände. München 1977 (unveröffentlicht)

LANGENBUCHER/RÄDER/WEISS: Zur Notwendigkeit einer Neukonzeption der Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik. In: BERG/KIEFER 1978

LASSWELL, H.D.: The Structure and Function of Communication in Society. (1948) wieder in: SCHRAMM, W. (ed.): Mass Communications, Urbana 1960

LAZARSFELD, P.F.: Bemerkungen über administrative und kritische Kommunikationsforschung. In: PROKOP (Hrsg.) 1973a, S. 7ff

LAZARSFELD/BERELSON/GAUDET: Wahlen und Wähler. Neuwied 1969

LAZARSFELD/MERTON: Massenkommunikation, Publikumsgeschmack und organisiertes Sozialverhalten. In: AUFERMANN/BOHRMANN/SÜLZER (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information, 2. Frankfurt 1973, S. 447-470

LEIBHOLZ, G.: Strukturprobleme der modernen Demokratie, Karlsruhe 1958

LINTON, R.: Rolle und Status. In: HARTMANN (Hrsg.) 1973²

LIPPERT/WAKENHUT: Zur Zentralität von Einstellungen. In: Zeitschrift für Soziologie 7, Heft 1, 1978, S. 87-96

LOMETTI/REEVES/BYBEE: Investigation the Assumptions of Uses and Gratification Research. In: Communication Research 4, No. 3, Juli 1977, S. 321ff

LOWIN, A.: Approach and Avoidance. Alternative Modes of Selective Exposure to Information. In: Journal of Personality and Social Psychology Vol. 6, 1967, S. 1-9

LUCKMANN, Th.: The Invisible Religion. New York 1967

LUHMANN, N.: Legitimation durch Verfahren. Neuwied 1969

LUHMANN, N.: Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien. In: Zeitschrift für Soziologie 3, 1974, Heft 3, S. 236-255

LUHMANN, N.: Politische Planung. Opladen 1971

LUHMANN, N.: Soziologische Aufklärung. Opladen 1970

LUHAMNN, N.: Vertrauen - Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart 1973a

LUHMANN, N.: Zweckbegriff und Systemrationalität. Frankfurt 1973b

LUHMANN, N.: Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In: SCHATZ, O. (Hrsg.): Die elektronische Revolution: wie gefährlich sind die Massenmedien? Graz/Wien/Köln, 1975, S. 13ff

MACPHERSON, C.B.: Die politische Theorie des Besitzindividualismus. Frankfurt 1973

MASSING, O.: Politische Soziologie. Paradigmata einer kritischen Politikwissenschaft. Frankfurt 1974

McCOMBS, M.E./SHAW, D.L.: The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: POQ 36, 1972: 176-187

McCOMBS/SHAW: Structuring the 'Unseen Environment'. In: Journal of Communication, Vol. 26 Spring 1976, S. 18ff

McGUIRE, W.J.: Selective Exposure. A Summing Up. In: ABELSON u.a. (eds.): Theories of Cognitive Consistency. A Sourcebook. Chicago 1968, S. 797-800

McLEOD/BECKER/BYRNES: Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press. In: Communication Research 1, No.2 April 1974, S. 131ff

McLEOD/BECKER: Testing the Validity of Gratification Measures Through Political Effects Analysis. In: BLUMLER/KATZ (eds.) 1974

McLEOD/O'KEEFE: The Socialization Perspective and Communication Behavior. In: KLINE/TICHENOR (eds.) 1972

McQUAIL, D. (ed.): Sociology of Mass Communications. Harmondsworth 1972

McQuail/BLUMLER/BROWN: The Television Audience: A Revised Perspective. In: McQUAIL, D. (ed.) 1972

McQUAIL/GUREVITCH: Explaining Audience Behavior.Three Approaches Considered. In: BLUMLER/KATZ (eds.) 1974

MEINEFELD, W.: Einstellungen und soziales Handeln. Reinbek 1977

MENDENHALL/OTT/SCHAEFER: Elementary Survey Sampling. Belmont/Calif. 1971

MERELMAN, R.M.: Politische Legitimität als Funktion gesteuerter Lernprozesse. In: BADURA/GLOY 1972

MERTON, R.K.: Der Rollen-Set: Probleme der soziologischen Theorie. In: HARTMANN (Hrsg.) 1973²

MEYN, H.: Massenmedien und Meinungsbildung. Berlin 1970²

MÖLLER, P.: Die soziale Gruppe im Prozeß der Massenkommunikation. Stuttgart 1980

NARR, W.D.: Logik der Politikwissenschaft - eine propädeutische Skizze. In: KRESS, G./SENGHAAS, D. 1972: 13-36

NARR/NASCHOLD: Theorie der Demokratie. Stuttgart 1971

NASCHOLD, F.: Zur Politik und Ökonomie von Planungssystemen. In: FEHL/FESTER/KUHNERT 1972

NASCHOLD, F.: Systemsteuerung. Stuttgart 1969

NASCHOLD, F.: Demokratie und Komplexität. In: Politische Vierteljahresschrift 9 1968: 494-518

NASCHOLD, F.: Die systemtheoretische Analyse demokratischer Systeme. In: Politische Vierteljahresschrift 1970, Sonderheft 2

NIE/HULL/JENKINS/STEINBRENNER/BENT: Statistical Package for the Social Sciences. 2nd edition. New York 1975

NOELLE-NEUMANN, E.: Umfragen in der Massengesellschaft. Reinbek 1963

NOELLE-NEUMANN, E.: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. In: Publizistik 18, 1973, Heft 1, S. 26-55

NOELLE-NEUMANN, E.: Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie. In: JUST/ROMAIN 1974, S. 161-206

NOELLE-NEUMANN, E.: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung. Freiburg/München 1977

NOELLE-NEUMANN, E.: Das doppelte Meinungsklima. In: Politische Vierteljahresschrift 1977a 18, Heft 2/3, S. 408ff

NUSCHELER/STEFFANIE (Hrsg.): Pluralismus. Konzeptionen und Kontroversen. München 1972

OFFE, C.: Politische Herrschaft und Klassenstrukturen. In: KRESS/SENGHAAS 1972, S. 135-164

OFFE, C.: Strukturprobleme des kapitalistischen Staates. Frankfurt 1972

O'KEEFE, G.J.: Political Campaigns and Mass Communication Research. In: CHAFFEE (ed.) 1975

OPFER, G.: Typologien. Orientierungshinweise zum Beurteilen der Ergebnisse von Personengruppierungen. In: BRAUNSCHWEIG (1975): 63-108

OPP, K.-D.: Methodologie der Sozialwissenschaften. Reinbek 1970

OPP, K.-D.: Kypernetik und Soziologie. Neuwied/Berlin 1970a

OPP/SCHMIDT: Einführung in die Mehrvariablenanalyse. Grundlagen der Formulierung und Prüfung komplexer sozialwissenschaftlicher Aussagen. Reinbek 1976

PAPPI, F.: Wahlverhalten und politische Kultur. Meisenheim a. Glan 1970

PAPPI/LAUMANN: Gesellschaftliche Wertorientierungen und politisches Verhalten. In: Zeitschrift für Soziologie 3, 1974, S. 157-188

PARSONS, T.: On the Concept of Political Power. In: BENDIX/LIPSET (eds.): Class, Status and Power. New York/London 1966, S. 240-265

PORTER/ROBERTS (eds.): Communications in Organizations. Harmondsworth 1977

PRESSEY, S.L./KUHLEN, R.G.: Psychological development through the life span. New York 1957

PROKOP, D. (Hrsg.): Kritische Kommunikationsforschung. München 1973a

PROKOP, D. (Hrsg.): Massenkommunikationforschung. 1: Produktion. Frankfurt 1972

PROKOP, D. (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. 2: Komsumption Frankfurt 1973

PYE/VERBA (eds.): Political Culture and Political Development. Princeton 1965

QUINE, W.v.O.: Grundzüge der Logik. Frankfurt 1969

RÄDER, H.G.: Die Rezeption politischer Inhalte der Massenkommunikation als symbolische Beteiligung des politischen Publikums an Politik. Magisterarbeit, München 1975

RAPOPORT, A.: Philosophie heute und morgen. Darmstadt 1970

RENCKSTORF, K.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin 1977

RENCKSTORF, K.: Nachrichtensendungen im Fernsehen. Schlußbericht. Hamburg, Hans-Bredow-Institut, Dezember 1976

RENCKSTORF/ROHLAND: Nachrichtensendungen im Fernsehen: Zusätzliche Auswertungen zum Zusammenhang von Fernsehnachrichten, Zuschauer und Zuschauerverhalten. Hamburg, Hans-Bredow-Institut, März 1978

RIESMAN/GLAZER: Criteria for Political Apathy. In: GOULDNER, A.W.: Studies in Leadership. New York 1950, S. 505ff

RIESMAN/GLAZER/DENNEY: Die einsame Masse. Darmstadt 1956

RILEY/RILEY: Mass Communication and the Social System. In: MERTON/BROOM/COTTRELL (eds.): Sociology today. New York 1959, S. 537ff

RITSERT/STRACKE/HEIDER: Grundzüge der Varianz- und Faktorenanalyse. Frankfurt/New York 1976

ROEGELE, O.B.: Was wird aus dem gedruckten Wort? Vom Lesen als Bürgerpflicht. Zürich 1977

RÖHRIG, P.: Der politische Konflikt. Argumente und Techniken der Auseinandersetzung. In: JUST/ROMAIN (1974): 79-90

RONNEBERGER, F.: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: LANGENBUCHER, W.R. (Hrsg.) 1974

ROSE, A.M.: Systematische Zusammenfassung der Theorie symbolischer Interaktionen. In: HARTMANN (Hrsg.) 1973

ROSENGREN, K.E.: Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined. In: BLUMLER/KATZ (eds.) 1974

ROSENGREN/WINDAHL: Mass Media Use: Causes and Effects. In: Communications, Heft 3/1977, S. 336ff

SACHS, L.: Angewandte Statistik. Berlin/Heidelberg/New York 1974[4]

SAXER, U.: Medienverhalten und Wissensstand. Zur Hypothese der wachsenden Wissenskluft. In: Bertelsmann Texte 7, Gütersloh 1978, S. 35ff

SCHATTSCHNEIDER, E.E.: The Semisovereign People. New York 1960

SCHATZ, H.: "Tagesschau" und "heute" - Politisierung des Unpolitischen? In: ZOLL, R. (Hrsg.) 1972, S. 109-123

SCHATZ, O. (Hrsg.): Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien. Styra Graz/Wien/Köln 1976

SCHEUCH, E.K.: Entwicklungsrichtungen bei der Analyse sozialwissenschaftlicher Daten. In: R. KÖNIG (Hrsg.) Bd. 1, 1973, S. 161ff

SCHMIDT, R./BECKER, E.: Reaktionen auf politische Vorgänge. Drei Meinungsstudien aus der Bundesrepublik. Frankfurt 1967

SCHMIDTCHEN, G.: Meinungsforschung und direkte Demokratie. In: LANGENBUCHER (1974): 82-94

SCHNABL, H.: Versuch eines Modells intrapersonaler Nachrichtenverarbeitung. Dissertation, Nürnberg 1970

SCHÖRKEN (Hrsg.): Curriculum "Politik". Opladen 1974

SCHRAMM, W. (ed.): Grundfragen der Kommunikationsforschung. München 1970, 3. Auflage

SCHULZ, W.: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Freiburg/München 1976

SCHULZ, W. u.a.: Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluß des Nachrichtenangebots (NAPOLI-Projekt) Mainz 1977

SCHÜTZ, A.: Der gut informierte Bürger. Ein Versuch über die soziale Verteilung des Wissens. In: SCHÜTZ, A.: Gesammelte Aufsätze II. Studien zur soziologischen Theorie. Den Haag 1972, S. 85ff

SCHÜTZ, A.: Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Frankfurt 1974

SHELDON/FREEMAN: Sozial-Indikatoren: Illusionen oder Möglichkeiten. In: FEHL/FESTER/KUHNERT 1972

SIUNE/KLINE: Communication, Mass Political Behavior and Mass Society. In: CHAFFEE (eds.) 1975

SMITH, A.: A Maturing Telocracy: Observations on the Television Coverage of the British General Elections of 1974. In: MAISEL, L. (ed.): Changing Campaign Strategies: Elections and Values in Contemporary Democracies. Beverly Hills/London 1976, S. 195-215

SMYTHE, D.W.: Das Bild des Politikers in den Massenmedien. In: Rundfunk und Fernsehen 1961: 250

SOLA POOL, I.: Die Auswirkungen der Kommunikation auf das Wählerverhalten. In: SCHRAMM, W. (Hrsg.) 1970, S. 155ff

SONTHEIMER/RÖHRIG (Hrsg.): Handbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland. München 1978, 2. Auflage

STAMM, W.: Leitfaden durch Presse und Werbung. Essen 1976

STEINBERG, R.: Interessenverbände als Kommunikationskanäle. In: LANGENBUCHER 1974, S. 132ff

STEINER, G.A.: Freizeit und Fernsehen - Der Durchschnittszuschauer in den USA. In: SCHEUCH/MEYERSOHN (Hrsg.) 1972, S. 267-275

STEINER, J.: Bürger und Politik. Meisenheim a. Glan 1969

STEINHAUSEN/LANGER: Clusteranalyse. Einführung in die Methoden und Verfahren der automatischen Klassifikation. Berlin/New York 1977

STREECK/STREECK: Parteiensystem und Status quo. Frankfurt 1972

TEICHERT, W.: Fernsehen als soziales Handeln (I). In: Rundfunk und Fernsehen 20, Heft 4, 1972, S. 421-439

TEICHERT, W.: Fernsehen als soziales Handeln (II). In: Rundfunk und Fernsehen 21, Heft 4, 1973, S. 356-382

TEICHERT, W.: Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. In: Rundfunk und Fernsehen 23, 1975/3-4, S. 269ff

THEIL, H.: Principles of Econometrics. New York 1971

THOMAS, W.I.: On Social Organization and Social Personality. Chicago 1966

THOMAS, K. (ed.): Attitudes and Behavior. Harmondsworth 1971

TICHENOR/DONOHUE/OLIEN: Mass Media Flows and Differential Growth in Knowledge. In: Public Opinion Quarterly, Vol 34, 1970, S. 159-170

TUNSTALL, J. (Ed.): Media Sociology. London 1970

TURNER, R.H.: The Nature of Role Interaction. In: WORSLEY (ed.) 1970

ÜBERLA, K.: Faktorenanlyse. Berlin 1971, 2. Auflage

WARWICK, P.V.: Canonical Correlational Analysis. In: NIE et al. 1975, S. 515ff

WALLRAVEN, K./LIPPERT, E.: Der unmündige Bürger. Ideologien und Illusionen politischer Pädagogik. München 1976

WEBER, J.: Politischer Idyllismus. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 1973, Heft 26

WEISS, H.J.: Kommunikationsbedürfnisse und Medienfunktionen. Ein Forschungsbericht über die Ermittlung subjektiver Bedingungsfaktoren der Mediennutzung. In: BERG/KIEFER 1978

WEISS, H.J.: Wahlkampf im Fernsehen. Untersuchungen zur Rolle der großen Fernsehdebatten im Bundestagswahlkampf 1972. Berlin 1976

WILSON, Ch.H.: Parliaments, People and Mass Media. London 1970

WORSLEY, P. (ed.): Modern Sociology. Introductory Readings. Harmondsworth 1970

ZIJDERVELD, A.C.: Die abstrakte Gesellschaft. Zur Soziologie von Anpassung und Protest. Frankfurt 1972

ZIMPEL, G.: Selbstbestimmung oder Akklamation? Stuttgart 1972

ZOLL, R. (Hrsg.): Manipulation der Meinungsbildung (= Kritik 4). Opladen 1972

ZOLL/HENNIG: Massenmedien und Meinungsbildung. München 1970

ZOLL, R.: Wertheim III. Kommunalpolitik und Machtstruktur. München 1974

ANHANG

0. Bezug: Allgemein
1. Tabellenverzeichnis
2. Verzeichnis von Grafiken usw.
3. Verwendete Rechenprogramme
4. Konfidenzintervalle für prozentuale Häufigkeiten der Stichproben

I. Bezug: Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972
I.1. Bildung von Indikatoren zum Kommunikationsverhalten
I.2. Verteilungskennwerte der Indizes für kommunikatives Verhalten
I.3. Kanonische Analyse der Beziehung zwischen politischem Verhalten und Kommunikationsverhalten
I.4. Kanonische Analyse: Strukturmatrix
I.5. Kanonische Analyse: Redundanzmatrix
I.6. Medianutzungscluster: Heterogenitätszuwachs bei Fusion
I.7. Evaluation der Medianutzungscluster durch Diskriminanzanalysen

II. Bezug: Potentielle Erstwähler bei der Bundestagswahl 1976
II.1. Fragebogen mit Grundverteilung in Prozent
II.2. Indikatoren kommunikativen Verhaltens in Abhängigkeit von der sozialen Situation
II.3. Indikatoren politischen Verhaltens in Abhängigkeit von der sozialen Situation
II.4. Geschlechtsspezifische Indikatoren
II.5. Bildungdspezifische Indikatoren
II.6. Zentrale Tendenzen der Indikatoren im Vergleich von Wählern und Nichtwählern
II.7. Lesehinweise zu den Tabellen der kanonischen Analyse
II.8. Medianutzungscluster: Heterogenitätszuwachs bei Fusion
II.9. Evaluation der Medianutzungscluster durch Diskriminanzanalyse

III. Bezug: Abonnenten der Wochenzeitschrift "DAS PARLAMENT"
III.1. Fragebogen
III.2. Aufschlüsselung der Rücklaufquoten
III.3. Partielle Korrelation der Indizes: Kontrolle nach Bildung und Alter
III.4. Erklärung der einzelnen Variablen im Kausalmodell
III.5. MCA: Politikbegriffe in Abhängigkeit vom Alter
III.6. MCA: Politikbegriffe in Abhängigkeit von Parteipräferenz

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle	Inhalt	Seite
1	Einflußversuche auf lokale Entscheidungen und nationale Gesetze	43
2	Subjektives politisches Verständnis auf nationaler und lokaler Ebene	44
3	Subjektive politische Wirksamkeit	45
4	Reichweite der Nachrichten und Kommentare in den tagesaktuellen Medien	72
	BEZUG: FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF 1972	
5	Faktorenanalyse der Indizes für kommunikatives Verhalten	146
6	Unterschiede zwischen den Parteipräferenzgruppen	153
7	Diskriminanzanalyse: Indikatoren nach "Alter"	157
8	Mittelwerte der Indikatoren für kommunikatives und politisches Verhalten	160
9	Standardabweichungen der Indikatoren für kommunikatives und politisches Verhalten	161
10	Korrelationen zwischen politischem Verhalten, politischen Einstellungen und Kommunikationsverhalten	165
11	Rekursives Modell A: Pfadkoeffizienten	177
11a	Herrschaftsorientierungen im Perzeptionsmodell	180
12	Rekursives Modell B: Pfadkoeffizienten	184
13	Medianutzungstypen: Konstituirende Variable	196
14	Medianutzungstypen und politische Einstellungen, politisches Verhalten, Persönlichkeitsmerkmale	200
	BEZUG: POTENTIELLE ERSTWÄHLER BEI DER BUNDESTAGSWAHL 1976	
16	Quotenkriterien der Stichproben	221
17	Nutzung der tagesaktuellen Medien	223
18	Nutzung politischer Inhalte in den tagesaktuellen Medien: Vergleich	223
19	Nutzung von Mediainhalten	224
20	Überprüfung der Reliabilität der Indizes für die Nutzung massenmedialer Inhalte	227
21	Interkorrelationen der Nutzung massenmedialer Inhalte	231
21a	Faktoren kommunikationsrelevanter Absichten und darauf bezogene mediale Gratifikationspotentiale	235

Tabelle	Inhalt	Seite
21b	Faktorenanalyse der Mediengratifikationen im politischen Bereich	238
21c	Faktorenanalyse der Mediengratifikationen im privaten Bereich	239
22	Überprüfung der Reliabilität der Skalen zur politischen Einstellung	244
23	Politische Einstellungen: Nach Bildung/Geschlecht kontrollierte Korrelationen	250
24	Wahlverhalten und politische Einstellungen	252
25	Korrelationen zwischen kommunikationsrelevanten Absichten und der Nutzung von Inhalten	258
26	Korrelationen zwischen politischen Einstellungen und der Nutzung von Inhalten	259
27	Korrelationen zwischen Mediaimages und Informationsabsichten	260
28	Partielle Korrelationen zwischen Mediaimages und politischen Einstellungen	261
29	Kanonische Analysen: Eigenwerte	273
30	Kanonische Analyse: Politische Einstellungen und allgemeine Einstellungen	279
31	Kanonische Analyse: Politische Einstellungen und Einstellungen gegenüber Massenmedien	280
32	Kanonische Analyse: Politische Einstellungen und allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte	281
33	Kanonische Analyse: Allgemeine Einstellungen und Einstellungen gegenüber Massenmedien	285
34	Kanonische Analyse: Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte und Einstellungen gegenüber Massenmedien	286
35	Kanonische Analyse: Allgemeine Einstellungen und allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte	287
36	Mittelwertdifferenzen zwischen Wählern und Nichtwählern	292
37	Regressionsmodell für das Wahlverhalten von Jugendlichen	299
38	Regression auf das Wahlverhalten von Jugendlichen	300
39	Bestimmungen der Medianutzungstypen	308
40	Medianutzungstypen und soziodemografische Charakteristika	309
41	Medianutzungstypen und Einstellungen gegenüber Massenmedien	310

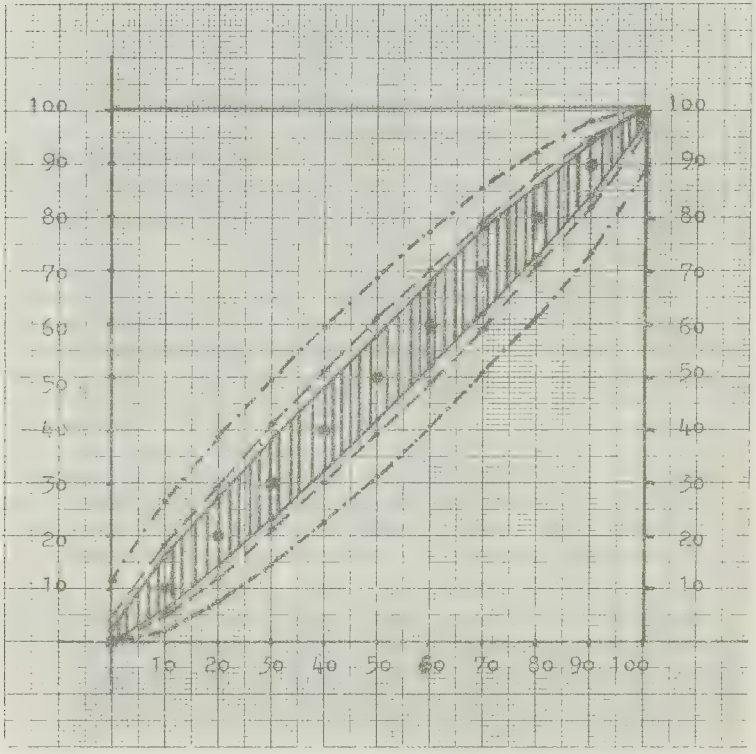
Tabelle	Inhalte	Seite
42	Medianutzungstypen und Wahlverhalten	319
43	Medianutzungstypen und Wahlverhalten	320
	BEZUG: PARLAMENT-ABONNENTEN	
44	Soziodemografische Daten der Stichprobe	332
45	Berufsstruktur	333
46	Faktorenanalyse: Nutzungsmuster für die Beilage zur Wochenzeitung "DAS PARLAMENT"	339
47	Faktor 1: Emanzipatorische Intentionen	344
48	Faktor 2: Handlungsorientierte Intentionen	344
49	Faktor 3: Nachrichten-orientierte Intentionen	345
50	Faktor 4: Berufsbezogene Intentionen	345
51	Signifikante Zusammenhänge zwischen soziodemografischen Variablen, politischer Aktivität und Parteipräferenzen	357
52	Faktorenstruktur der Politikbegriffe	366
53	Informationsabsichten und Politikbegriffe	375
54	Mediengratifikationen und politische Aktivität	376
55	Handlungsorientierte Informationsabsichten (MCA)	390
56	Nachrichtenorientierung (MCA)	392
57	Politische Aktivität (MCA)	396
58	Regressionsmodelle für Informationsabsichten im Bereich "politische Bildung"	402

VERZEICHNIS DER GRAFIKEN UND ÜBERSICHTEN

Übersicht	Inhalt	Seite
1	Thematisierte Beziehungen der politischen Kommunikation	4
2	Politische Teilnahme als rollenspezifische Aktivierung stereotyper Systeme	51
3	Entwicklung der Mediaverfügbarkeit und des Medienkontakts 1964-70-74	66
3a	Kommunikationsverhalten und Mediennutzung	77
4	Datengrundlage der Sekundäranalyse zur Rezeption der Fernsehdiskussionen im Wahlkampf 1972 (FSWahl'72)	103
5	Charakterisierung der Stichprobe FSWahl'72 nach den Quotenkriterien	104
6	Datengrundlage der Sekundäranalyse zum Mediennutzungsverhalten potentieller Erstwähler (WAHL'76)	106
7	Datengrundlage der Sekundäranalyse "PARLAMENT"-Abonnenten	109
8	Bearbeitung der Fragestellungen in den einzelnen Studien	114
8a	Operationalisierung von Untersuchungsdimensionen in den einzelnen Studien	115
9	Untersuchungsschritte der Sekundäranalyse	124
	BEZUG: FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF 1972	
10	Variablenschema für die Sekundäranalyse	126
11	Korrelative Beziehungen zwischen den Indizes für kommunikatives Verhalten	129
12	Korrelative Beziehungen zwischen den Variablen für politische Einstellungen und politisches Verhalten	151
13	Gruppenzentroide der Altersgruppen	158
14	Rekursives Modell für die Perzeption der Fernsehdiskussionen	175
15	Kommunikationsverhalten als Folge politischer Einstellungen, politischen Verhaltens und Einstellungen gegenüber Massenmedien	176

Übersicht	Inhalt	Seite
16	Rekursives Modell für politisches Verhalten	183
17	Politisches Verhalten als Folge politischer Einstellungen, Einstellungen gegenüber Massenmedien und Kommunikationsverhalten	185
	BEZUG: POTENTIELLE ERSTWÄHLER BEI DER BUNDESTAGSWAHL 1976	
18	Korrelative Beziehungen zwischen Nutzungsintensität und der Nutzung bestimmter Inhalte der tagesaktuellen Medien	229
19	Faktorenanalyse der kommunikationsrelevanten Absichten	235
20	Politische Einstellungen: Vergleich der Stichprobe mit der Eichpopulation	246
21	Analysedesign für kanonische Analysen	271
22	Basales Theorem des Nutzenansatzes	289
23	Überprüfung des basalen Theorems des Nutzenansatzes durch die kanonische Analyse	289
24	Charakteristika der Medianutzungstypen	312
25	Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens und der Tageszeitung im Verhältnis zur Nutzungsintensität bei Medianutzungstypen	315
26	Nutzung politischer Inhalte im Verhältnis zur Nutzung unterhaltender Inhalte bei Medianutzungstypen	316
27	Struktur der Variablen im Bezugsrahmen der Sekundäranalyse	329
28	Sozialsituative Determinanten der Politikbegriffe	371
29	Analysedesign für multivariate Varianz- und Kovarianzanalyse	380
30	Kausalmodell für die Determinanten der Informationsabsichten	400
31	Determinanten handlungsorientierter und nachrichtenorientierter Informationsabsichten	403
32	Zusammenfassung der Ergebnisse	413
33	Zusammenfassung der Ergebnisse	414

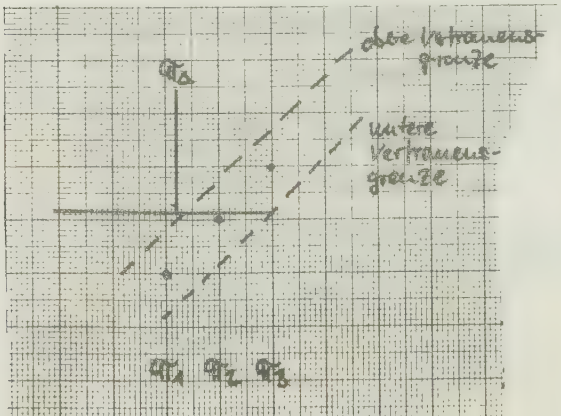
TABELLE : 95% KONFIDENZINTERVALLE FÜR PROZENTUALE HÄUFIGKEITEN FÜR STICHPROBEN FS-WAHL'72 und WAHL'76



Schraffiert: Vertrauensbereich für n=160 (WAHL'76)

---------- : Grenzen des Vertrauensbereiches für n=91 (FS-WAHL'72)

.-.-.- : Grenzen des Vertrauensbereiches für n=30



BEISPIEL:

π_2 : $\pi_2 = \pi_3$

$\pi_1 \neq \pi_3$

Wenn $\pi_x \leq \pi_\Delta$: $\pi_x \neq \pi_3$

BILDUNG VON INDIKATOREN ZUM KOMMUNIKATIONSVERHALTEN AUS DEN DATEN DER PANEL-BEFRAGUNG ZUR REZEPTION UND PERZEPTION DER FERNSEHDISKUSSIONEN IM WAHLKAMPF 1972

A. Allgemeine Bemerkungen

Das Prinzip der Indexbildung liegt für diese "deduktiven Indizes" in der Bildung kumulativer Indizes nach einem Kategorienraster.
Die Panel-Daten wurden dabei in den Indizes integriert. Der jeweilige Index drückt einen Anteilswert innerhalb der theoretisch möglichen kumulativen Indexwerte aus, liegt also zwischen "0"=Minimum und "1"=Maximum.
Beispiel:

Variable 1: 0, 1, 2, 3, 4
Variable 2: 0, 1, 2, 3, 4
Variable 3: 0, 1, 2, 3, 4

kumulierte Variable NEUVAR =VAR 1 + VAR 2 + VAR 3
theoretisches Minimum: o
theoretisches Maximum: 3 x 4 = 12

Index für NEUVAR: (VAR1 + VAR2 + VAR3)/12

Dieses Verfahren führt dazu, daß die "Perzeptionsvariablen", die in zwei Panel-Wellen (nach der zweiten und nach der dritten Fernsehdiskussion) für alle Befragten erhoben wurden, als "wiederholte Messungen" in jeweils einen Index eingehen.

Im folgenden wird die Zusammensetzung der einzelnen Indizes ausgewiesen, dabei wird auf die Originalfragen des Fragebogens bei WEISS 1976, S. 197 - 263 verwiesen.

B. Indikatoren für kommunikatives Verhalten

Nutzung von Druckmedien:

Frage: WELCHE TAGESZEITUNGEN LESEN SIE REGELMÄSSIG?

Frage: WELCHE ZEITSCHRIFTEN,WOCHENZEITUNGEN,MAGAZINE, ILLUSTRIERTE,ETC. LESEN SIE REGELMÄSSIG? (offene Frage)

NUTZUNG VON DRUCKMEDIEN MIT BILDUNGS-/POLITIKPRESTIGE (BNUTZ)

Süddeutsche Zeitung
Münchner Merkur
Frankfurter Allgemeine Zeitung
Welt
Zeit
Spiegel (reale Nennungen)

NUTZUNG VON DRUCKMEDIEN MIT UNTERHALTUNGS-/SENSATIONS-PRESTIGE (VNUTZ)

Abendzeitung
Bild
tz
Stern
Quick

FERNSEHEN ALS POLITISCHES MEDIUM (PEIN)

Frage: VIELFACH WIRD BEHAUPTET, DASS DAS FERNSEHEN AUSSER DEN NACHRICHTEN KEINE POLITISCHEN INFORMATIONEN VERMITTELT.WÜRDEN SIE DIESER ANSICHT ZUSTIMMEN? WENN NEIN: IN WELCHEN SENDUNGEN WERDEN NACH IHREN EIGENEN ERFAHRUNGEN POLITISCHE INFORMATIONEN ANGEBOTEN?
- offene Nennungen -

: Kumulation realer Nennungen politischer Sendungen

Selektionsverhalten bei politischen Sendungen:

GENERELLES SELEKTIONSVERHALTEN (GSEL)

Frage: WONACH RICHTEN SIE SICH EIGENTLICH BEI DER AUSWAHL POLITISCHER SENDUNGEN?

Gewichtung von Antworten:

Ich orientiere mich ander Programmzeitschrift (5x)
Durch Gespräche mit Kollegen und Freunden (4x)
Sonstiges (3x)
Wird in der Familie abgesprochen/Ich habe darauf zuhause nur geringen Einfluß (2x)
ich überlasse es dem Zufall (1x)

(Dieser Index ist im allgemeinen Maßstab nicht richtig vercodet: Range)

POLITISCHE INFORMIERTHEIT (PINFO)

Operationalisierung: richtige Zuordnung von Parteischlagworten (WEISS 1976,S.230)
Vier Parteischlagworte:Anzahl richtiger Zuordnungen

ALLGEMEINE NUTZUNG POLITISCHER SENDUNGEN DES FERNSEHENS (FSPOL1)

Frage: WELCHE SENDUNGEN DES FERNSEHENS AUSSER NACHRICHTEN VERMITTELN POLITIK?(offen erfragt).
WELCHE DAVON SEHEN SIE
gelegentlich (1)
häufig (2)
regelmäßig (3)

reale Nennungen:
Allgemeine Angaben (Magazine etc.)
Report
Panorama
Monitor
ZDF-Magazin
Frühschoppen
Journalisten fragen,Politiker antworten
Pro und Contra
Weltspiegel/Ortszeit
Sonstige

Fortsetzung des Index

Einstellung gegenüber Fernsehen:

Subjektive Funktion des Fernsehens

Frage: WENN DAS FERNSEHEN DURCH EINEN INTERNATIONALEN STREIK AUF UNBESTIMMTE ZEIT AUSFALLEN WÜRDE, WELCHE KONKRETEN SENDUNGEN WÜRDEN SIE DANN AM MEISTEN VERMISSEN? (WEISS 1976,S.207)
-offene Frage-

SUBJEKTIVE UNTERHALTUNGSFUNKTION DES FERNSEHENS (UNT)

reale Nennung von:
Allgemeine Unterhaltung
Krimis/Western
sonstige Spielfilme
"kulturelle" Unterhaltung (Opern, Operetten)

SUBJEKTIVE BILDUNGS-/POLITIKFUNKTION DES FERNSEHENS (BILD)

reale Nennung von:
Nachrichten, Tagesgeschehen
Politische Magazine
Wirtschaftsmagazine
Kulturmagazine

FERNSEHEN ALS WIRKUNGSQUELLE (WEIN)

Frage: GLAUBEN SIE,DASS SICH DIE BUNDESBÜRGER DURCH POLITISCHE SENDUNGEN IM FERNSEHEN IN IRGENDEINER WEISE BEEINFLUSSEN LASSEN?

symptomatisch: "ja"

Frage: WIE IST DAS BEI IHNEN?

symptomatisch: positiv

Frage: GLAUBEN SIE, DASS MAN FÜR SICH SELBST IM HINBLICK AUF DIE KOMMENDEN WAHLEN JEDEN EINFLUSS AUSSCHALTEN KANN?

symptomatisch: "nein"

FERNSEHEN ALS INFORMATIONSQUELLE/ENTSCHEIDUNGSHILFE (EINF)

Frage: MEINEN SIE,DASS MAN SICH BEI WAHLEN BESSER ENTSCHEIDEN KANN, WENN MAN SICH VORHER IM FERNSEHEN ÜBER DEN WAHLKAMPF INFORMIERT?

symptomatisch: "ja"

Frage: WIE WICHTIG IST DIESE INFORMATION FÜR SIE?

Unwichtig/ Weniger wichtig/ Wichtig/ Sehr wichtig

(noch FSPOL1)

Frage: IM FOLGENDEN SIND EINIGE FERNSEH-SENDUNGEN AUS DEN LETZTEN BEIDEN WOCHEN AUFGEFÜHRT: HABEN SIE VIELLEICHT EINIGE DIESER SENDUNGEN GESEHEN? (WEISS 1976,S.226)

Nein / Teilweise / Ja

ARD: Panorama
ZDF: Wahl '72:Die Kandidatenkür
ARD: Bericht vom FDP-Parteitag
ZDF: ZDF-Magazin
ARD: Deutschland vor der Wahl
ZDF: Kennzeichen D
ARD: Bericht aus Bonn
ARD: Report
ZDF: Pro und Contra, Wahlprognosen
ZDF: Wahl '72: Abschied von Platz 1
ZDF: ZDF-Magazin
ARD: Deutschland vor der Wahl

Nutzung des Fernsehens am Stichtag (WEISS 1976,S.246,254)

Sendungen vom 13.11. 1972

FAKTISCHE NUTZUNG VON FERNSEHNACHRICHTEN (XNACH)

Nutzung von:
Tagesschau 20.00 Uhr
Tagesschau 22.35 Uhr
Tagesschau 0.25 Uhr
heute 19.45 Uhr
heute 22.55 Uhr

FAKTISCHE NUTZUNG POLITISCHER SENDUNGEN (FSPOL2)

Nutzung von:
Parteien zur Wahl
Report
Fernsehdiskussion
Viele Völker - keine Nation?

FAKTISCHE NUTZUNG VON UNTERHALTUNSSENDUNGEN (UNUTZF)

Nutzung von:
Nonstop Milly
Die Zelle
Stalag 17
Filmforum

Lernverhalten/Akzeptanz der Fernsehdiskussionen:
PERZEPTION der Fernsehdiskussionen.

Zwei Fragen in jeweils zwei Fragewellen nach den Fernsehdiskussionen (WEISS 1976, S. 231/247,235/25o)

Frage: WAS MEINEN SIE: INWIEFERN WAR DIESE FERNSEH-DEBATTE FÜR SIE NÜTZLICH?

Liste: jeweils nein/vielleicht/ja

Frage: HABEN SIE SICH AM FOLGENDEN TAG NOCH MIT JEMANDEM ÜBER DIE DISKUSSION UNTERHALTEN?
WENN JA: WORÜBER? (Liste)

PERSONALISIERENDE PERZEPTION (PERS)

Operationalisierung: einmal besseres Kennen/Wissen in Bezug auf Kandidaten (Gewichtung auf "human interest"), zum anderen am folgenden Tag über Kandidaten gesprochen.

Ich kenne nun die Kandidaten als Menschen besser (4x)
Ich weiß nun mehr über die rednerische Begabung der Kandidaten(2x)
Ich weiß nun mehr über die Fähigkeiten der Kandidaten als Politiker (1x)
am nächsten Tag über die Persönlichkeit der Politiker gesprochen(1x)

DRAMATISIERENDE PERZEPTION (DRAMA)

Operationalisierung : Wahlkampf jetzt spannender
Ich finde den Wahlkampf jetzt spannender

ZWECK-/ENTSCHEIDUNGSORIENTIERTE PERZEPTION(ZWECK)

Ich habe nun mehr Informationen für meine Wahlentscheidung

ARGUMENTATIONSORIENTIERTE PERZEPTION (ARG)

Ich kenne nun die Standpunkte der Kandidaten besser
am nächsten Tag gesprochen
-Über die angesprochenen Themen
-Über die Argumentationsweise der Politiker

ABSTRAHIERENDE PERZEPTION (ABST)

Ich habe die Partei-Programme besser kennengelernt
am nächsten Tag gesprochen
-Über die Parteien

VERTEILUNGSKENNWERTE DER INDIZES FÜR KOMMUNIKATIVES VERHALTEN

INDEX[+]	MITTELWERT[++]	STD.ABWEICHUNG	KURTOSIS	SCHIEFE	STD.FEHLER
BNUTZ	.181	.154	- .557	.506	.016
VNUTZ	.149	.165	- .419	.747	.017
UNT	.121	.155	- .158	.917	.016
BILD	.360	.198	- .356	.134	.021
UNUTZF	.113	.164	1.821	1.404	.017
FSPOL2	.234	.249	- .550	.752	.026
XNACH	.138	.154	2.361	1.192	.016
PEIN	.248	.118	- .568	.248	.012
PINFO	.654	.298	-1.331	- .220	.031
WEIN	.658	.295	-1.358	- .318	.031
EINF	.493	.274	- .743	- .018	.029
FSPOL1	.258	.130	- .151	.460	.014
DRAMA	.415	.292	- .280	.743	.031
ZWECK	.409	.278	- .187	.913	.029
PERS	.512	.234	- .529	.601	.025
ARG	.437	.249	- .411	.574	.026
ABST	.271	.190	.759	1.011	.020

\+ : Vgl. die volle Indexbezeichnung in der Beschreibung der Indexbildung

++ : Minimum= 0; Maximum = 1
Wert = Anteil an theoretischem Maximum

Variablensatz 1:"Politisches Verhalten" (Pol.Verhalten/Pol.Einstellungen/Persönlichkeit)
Variablensatz 2:"Kommunikationsverhalten" (Medianutzung/Einstellungen/Lernverhalten)

Kanonische Variable	1	2
Kanonische Korrelation	.775	.729
Eigenwert	.6o	.53
Wilks Lambda	.o18	.o46
Irrtumswahrscheinlichkeit	.ooo	.oo6
Strukturmatrix:		
durch kanonische Variable extrahierte Varianz der Variablengruppe		
"Politisches Verhalten"	1o%	13%
"Kommunikationsverhalten"	1o%	8%
Redundanzmatrix:		
durch Gegengruppe erklärte Varianz		
"Politisches Verhalten"	6%	4%
"Kommunikationsverhalten"	6%	5%

KANONISCHE ANALYSE DER BEZIEHUNG ZWISCHEN POLITISCHEM VERHALTEN UND KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

Strukturmatrix für zwei kanonische Variable (kanonische Komponenten)

"Politisches Verhalten"	1. kanonische Variable r	r^2	2. kanonische Variable r	r^2
Politische Entfremdung	.599✪	.359	.134	.018
Politik als Störfaktor	.329☆	.108	.269	.072
Unpolitische Haltung	.482☆	.232	-.139	.019
Politisches Engagement	-.039	.002	.350	.123
Formelle Teilnahme	-.055	.003	.468☆	.219
Demonstrative polit. Teilnahme	-.211☆	.045	.543☆	.295
Passive Teilnahme	-.704✪	.496	.232	.054
Individuelle polit. Aktivität	-.235☆	.055	.509☆	.259
Charismatische Orientierung	.118	.014	-.366✪	.134
Traditionale Orientierung	.093	.009	-.137	.019
Rationale Orientierung	-.185	.034	-.250☆	.063
Effizienzorientierung	.043	.002	.001	.000
Soziale Isolation	.206	.042	.399	.159
Dominanz	-.254☆	.065	.739✪	.546
Kontaktfreudigkeit	-.207	.043	-.196	.038
Extrahierte Varianzanteile ($\Sigma r^2/p$)		.100		.135

"Kommunikationsverhalten"	1. kanonische Variable r	r^2	2. kanonische Variable r	r^2
Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige	-.705✪	.497	.087	.007
Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige	.113	.013	.419☆	.176
Unterhaltungsfunktion des FS	-.021	.000	-.243☆	.059
Bildungsfunktion des FS	-.438☆	.192	.343	.118
Einstellung gegenüber FS als politisches Medium	.044	.002	.226	.051
Politische Informiertheit	-.346☆	.120	.396	.157
Einstellung gegenüber FS als politische Wirkungsquelle	.171	.029	.106	.011
Einstellung gegenüber FS als Informationsquelle/Entscheidungshilfe	.235	.055	.329	.108
Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens	-.343☆	.118	.509✪	.259
Lernverhalten: Dramatisierung	.225	.051	.043	.002
Lernverhalten: Zweck-/Entscheidungsebene	.323☆	.104	.096	.009
Lernverhalten: Personalisierung	.364✪	.132	.279	.078
Lernverhalten: Argumentationsebene	-.081	.007	-.185	.034
Lernverhalten: Abstraktionsebene	-.248	.062	-.353✪	.125
Extrahierte Varianz ($\Sigma r^2/p$)		.100		.085

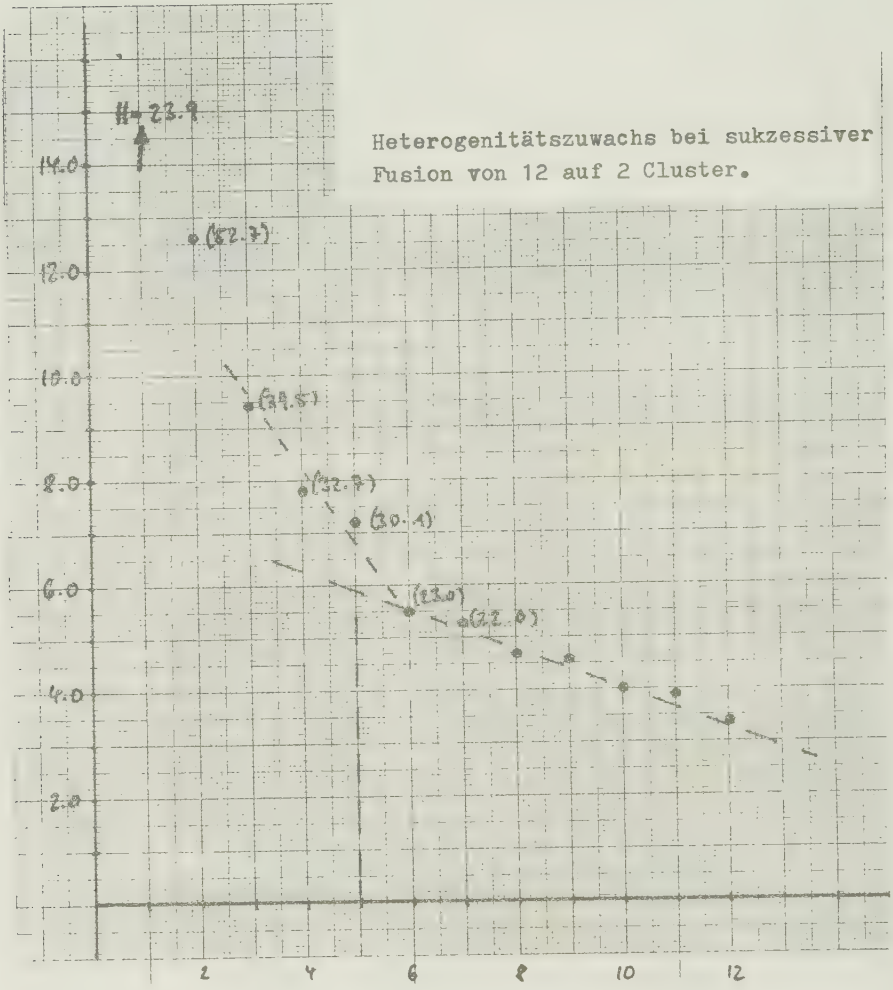
KANONISCHE ANALYSE DER BEZIEHUNG ZWISCHEN POLITISCHEM VERHALTEN UND KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

Redundanzmatrix für die ersten beiden kanonischen Variablen (kanonische Komponenten)

"Politisches Verhalten"	1. kanonische Variable r	1. kanonische Variable r^2	2. kanonische Variable r	2. kanonische Variable r^2
politische Entfremdung	.464 ✪	.215	.098	.010
Politik als Storfaktor	.255	.065	.196	.038
Unpolitische Haltung	.373 ☆	.139	-.102	.010
Politisches Engagement	-.030	.001	.255	.065
Formelle Teilnahme	-.042	.002	.341 ☆	.116
Demonstrative polit.Teilnahme	-.164	.027	.395 ☆	.156
Passive Teilnahme	-.546 ✪	.298	.169	.026
Individuelle polit. Aktivität	-.182	.033	.371 ☆	.138
Charismatische Orientierung	.091	.008	-.267 ✪	.071
Traditionale Orientierung	.042	.002	-.100	.010
Rationale Orientierung	-.143	.020	-.183	.033
Effizienzorientierung	.033	.001	.001	.000
Soziale Isolation	.160	.026	.290	.084
Dominanz	-.197	.039	.539 ✪	.291
Kontaktfreudigkeit	-.160	.026	-.143	.020
Anteil der aus Kommunikationsverhalten erklärbaren Varianz:		.063		.043

"Kommunikationsverhalten"	1. kanonische Korrelation r	1. kanonische Korrelation r^2	2. kanonische Korrelation r	2. kanonische Korrelation r^2
Nutzung von Druckmedien mit Bildungsprestige	-.546 ✪	.298	.063	.004
Nutzung von Druckmedien mit Unterhaltungsprestige	.088	.007	.305 ☆	.093
Unterhaltungsfunktion des FS	-.017	.000	-.177	.031
Bildungsfunktion des FS	-.340 ☆	.116	.256	.065
Einstellung gegenüber FS als politisches Medium	.034	.001	.163	.027
Politische Informiertheit	-.268	.072	.289 ☆	.084
Einstellung gegenüber FS als politische Wirkungsquelle	.132	.017	.078	.006
Einstellung gegenüber FS als Informationsquelle/Entscheidungshilfe	.182	.033	.240	.058
Allgemeine Nutzung politischer Inhalte des FS	-.265	.070	.371 ✪	.138
Lernverhalten:Dramatisierung	.174	.030	.052	.001
Lernverhalten:Zweck-/Entscheidungsebene	.250	.063	.070	.005
Lernverhalten:Personalisierung	.282 ✪	.080	.204	.042
Lernverhalten:Argumentationsebene	-.063	.004	-.135	.018
Lernverhalten:Abstraktionsebene	-.192	.038	-.257 ✪	.066
Anteil der aus politischem Verhalten erklärten Varianz:		.059		.045

FS-WAHL'72: Medianutzungscluster
Bestimmung der optimalen Clusterlösung



Heterogenitätszuwachs bei sukzessiver Fusion von 12 auf 2 Cluster.

FS-WAHL'72 : Evaluation der Mediennutzungscluster durch eine Diskriminanzanalyse

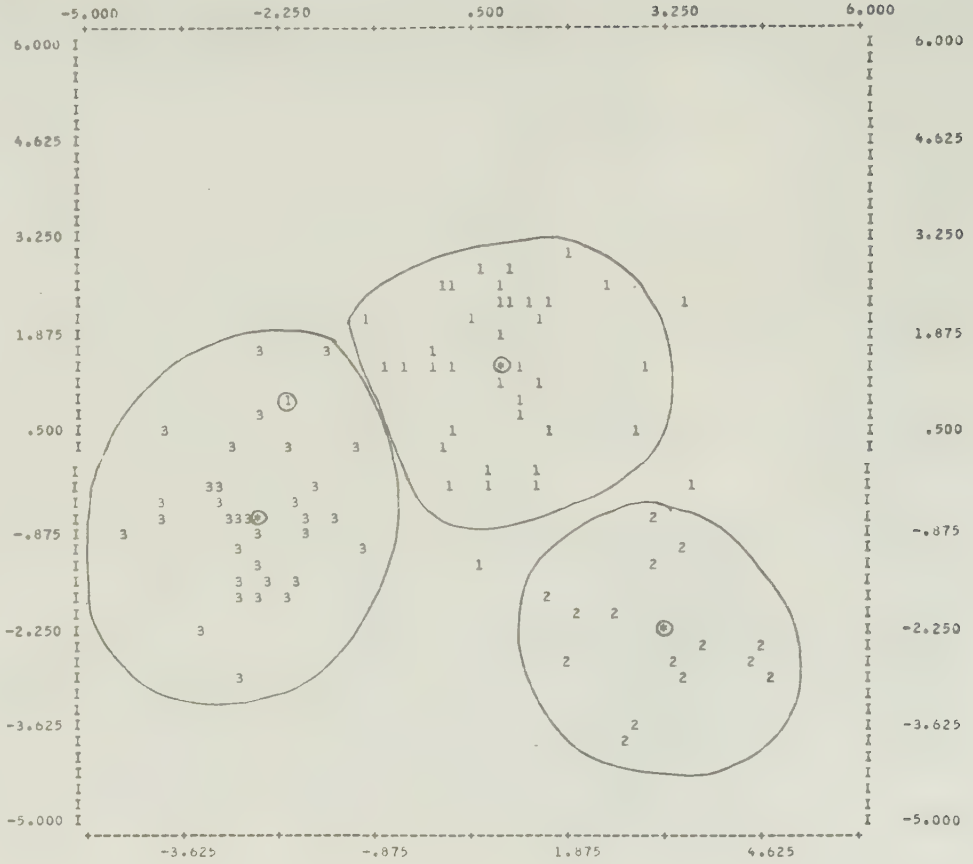
Diskriminanzfunktionen und Verteilung der Befragten im Diskriminanzraum

Diskriminanzfunktionen

	1	2
PE	-.09241	-.[illegible]
PAS	.19[illegible]	.41695
UH	-.56283	-.06730
PENG	-.33716	.38987
FT	-.00394	-.34065
SIS	.20264	-.03505
DOM	-.19504	.16945
KFP	.34263	-.35376
DPT	-.64330	.15474
PT	.02995	-.05183
IPA	.33979	-.00927
CHARIS	-.01310	-.10016
TRADIT	.08127	-.02770
RATIO	.14481	.11786
EFFIZ	-.27[illegible]	.[illegible]
BNUTZ	-.54946	-.43407
VNUTZ	-.19[illegible]	-.[illegible]
UNT	-.01[illegible]	.[illegible]
BILD	.65373	-.17[illegible]
UNUTZF	.05735	.[illegible]
FSPOL2	.33864	-.33[illegible]
XNACH	-.39257	-.[illegible]
GSEL	-.04314	.39[illegible]
PEIN	.31797	.08023
PINFO	-.17765	.04547
WEIN	1.02354	.23095
EINF	.37644	.31430
FSPOL1	.54597	.18759
DRAMA	.54808	-.93254
ZWECK	.65723	-.04981
PERS	.35467	-.[illegible]044
ARG	-.06254	-.52178
ABST	-.10231	-.54607

Gruppenzentroide

1	.9279[illegible]	1.3693[illegible]
2	[illegible]	-[illegible]
3	-[illegible]	-.[illegible]417



Fragebogen zur Untersuchung des Medianutzungs-verhaltens potentieller Erstwähler bei der Bundestagswahl 1976

(mit Prozentangaben der Grundverteilung :N=161)

Im Rahmen unserer Forschungs- und Lehrtätigkeit beschäftigen wir uns mit Fragen der Nutzung von Massenmedien wie Tageszeitung, Radio und Fernsehen. Uns interessiert, wie und wozu diese Medien genutzt werden und welche Folgen das für den einzelnen hat. Mit dieser Umfrage wollen wir hierüber etwas mehr in Erfahrung bringen. Deshalb wären wir Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns hierzu einige Fragen beantworten würden. Selbstverständlich bleiben Ihre Antworten anonym.

Dr. Hans-Jürgen Weiß

N=161 =100% KARTE 1 | Sp 1 | C 1

1. Lesen Sie Tageszeitung? | Sp 6 | C 0

ja, regelmäßig (täglich)	☐	41%
ja, häufig (öfters in der Woche)	☐	34%
ja, manchmal (wenn es sich so ergibt)	☐	23%
nein	☐	2%

2. Welche Tageszeitung lesen Sie? | Sp 7/8

....

(Bitte den Titel der regelmäßig bzw. am häufigsten gelesenen Tageszeitung angeben)

3. Was lesen Sie in der Tageszeitung?

	regelmäßig	häufig	selten	nie	Sp
Sport	33%	15%	27%	26%	9
Lokales / Regionales	24%	39%	36%	1%	10
Politische Nachrichten	24%	46%	22%	7%	11
Politische Kommentare	13%	31%	43%	14%	12
Feuilleton	16%	25%	41%	18%	13
Wirtschaft	3%	25%	49%	23%	14
Vermischtes ('Bunte' Nachrichten, Klatsch, usw.)	15%	33%	42%	10%	15

4. Hören Sie Radio? | Sp 17 | C 0

ja, regelmäßig (täglich)	☐	51%
ja, häufig (öfters in der Woche)	☐	24%
ja, manchmal (wenn es sich so ergibt)	☐	22%
nein	☐	3%

Sp C

5. Was hören Sie sich an?

	regelmäßig	häufig	selten	nie	
Sport	14%	12%	38%	37%	18
Lokales / Regionales	5%	20%	52%	23%	19
Politische Nachrichten	23%	34%	34%	10%	20
Sonstige politische Informationssendungen	1%	20%	60%	20%	21
Informationssendungen aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, usw.	5%	27%	52%	16%	22
Gemischte Informations- und Unterhaltungssendungen (wie Jugend-, Auto-, Hausfrauenmagazine, usw.)	12%	38%	37%	13%	23
Musik	52%	43%	2%	3%	24
Unterhaltende Wortsendungen (Hörspiele, usw.)	7%	13%	43%	36%	25

27 0

6. Sehen Sie fern?

ja, regelmäßig (täglich)	☐	19% 1
ja, häufig (öfters in der Woche)	☐	36% 2
ja, manchmal (wenn es sich so ergibt)	☐	40% 3
nein	☐	5% 4

7. Was sehen Sie sich an?

	regelmäßig	häufig	selten	nie	
Sport	24%	18%	38%	20%	29
Lokales / Regionales	4%	24%	49%	24%	30
Politische Nachrichten	15%	46%	31%	8%	31
Sonstige politische Informationssendungen (Magazine, Dokumentationen)	7%	30%	49%	14%	32
Informationssendungen aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, usw.	6%	38%	48%	9%	33
Filme / Fernsehspiele	21%	58%	19%	2%	34
Unterhaltungssendungen (Quiz, Musik-Shows, usw.)	11%	22%	42%	25%	35

FRAGE 8

KARTE 2

Sp. C

1 2
2
3
4

tte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten AB-
CHTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN,
DIOHÖREN und FERNSEHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen

Über politische Vorgänge in meinem Wohnort , meiner Gemeinde immer auf dem laufenden zu sein.	ist sehr wichtig	13%	6	1
	ziemlich wichtig	26%		2
	wichtig	34%		3
	weniger wichtig	24%		4
	überhaupt nicht wichtig	3%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	27%	7	1
	ziemlich viel	28%		2
	viel	17%		3
	etwas	28%		4
	überhaupt nicht	0%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	6%	8	1
	ziemlich viel	15%		2
	viel	23%		3
	etwas	43%		4
	überhaupt nicht	14%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	9%	9	1
	ziemlich viel	14%		2
	viel	19%		3
	etwas	43%		4
	überhaupt nicht	16%		5
Mich nicht einsam zu fühlen.	ist sehr wichtig	42%	10	1
	ziemlich wichtig	22%		2
	wichtig	13%		3
	weniger wichtig	12%		4
	überhaupt nicht wichtig	10%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	8%	11	1
	ziemlich viel	9%		2
	viel	11%		3
	etwas	34%		4
	überhaupt nicht	39%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	12%	12	1
	ziemlich viel	20%		2
	viel	16%		3
	etwas	36%		4
	überhaupt nicht	16%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	11%	13	1
	ziemlich viel	16%		2
	viel	16%		3
	etwas	37%		4
	überhaupt nicht	20%		5

			SP	C
te kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten AB-HTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN, IOHÖREN und FERNSEHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen				
Daß ich möglichst genau übersehe, wohin die wirtschaftliche Entwicklung führt.	ist sehr wichtig	21%	14	1
	ziemlich wichtig	18%		2
	wichtig	40%		3
	weniger wichtig	20%		4
	überhaupt nicht wichtig	1%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	24%	15	1
	ziemlich viel	19%		2
	viel	25%		3
	etwas	30%		4
	überhaupt nicht	3%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	6%	16	1
	ziemlich viel	21%		2
	viel	23%		3
	etwas	44%		4
	überhaupt nicht	6%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	15%	17	1
	ziemlich viel	25%		2
	viel	25%		3
	etwas	30%		4
	überhaupt nicht	5%		5
Mal meinen Träumen nachhängen zu können.	ist sehr wichtig	26%	18	1
	ziemlich wichtig	24%		2
	wichtig	22%		3
	weniger wichtig	21%		4
	überhaupt nicht wichtig	8%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	2%	19	1
	ziemlich viel	4%		2
	viel	7%		3
	etwas	26%		4
	überhaupt nicht	61%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	10%	20	1
	ziemlich viel	14%		2
	viel	18%		3
	etwas	38%		4
	überhaupt nicht	21%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	8%	21	1
	ziemlich viel	8%		2
	viel	18%		3
	etwas	35%		4
	überhaupt nicht	31%		5

Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten A... SICHTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN, RADIOHÖREN und FERNSEHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen

5. Daß ich möglichst genau übersehe, welche Entwicklungen es in unserem Lande gibt.	ist sehr wichtig	34%	22
	ziemlich wichtig	29%	
	wichtig	29%	
	weniger wichtig	7%	
	überhaupt nicht wichtig	0%	
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	21%	23
	ziemlich viel	29%	
	viel	28%	
	etwas	20%	
	überhaupt nicht	2%	
b) Radiohören	hilft sehr viel	8%	24
	ziemlich viel	22%	
	viel	25%	
	etwas	42%	
	überhaupt nicht	4%	
c) Fernsehen	hilft sehr viel	18%	25
	ziemlich viel	29%	
	viel	28%	
	etwas	23%	
	überhaupt nicht	3%	
6. Durch Unterhaltsames angenehm die Zeit zu verbringen.	ist sehr wichtig	18%	26
	ziemlich wichtig	26%	
	wichtig	36%	
	weniger wichtig	19%	
	überhaupt nicht wichtig	1%	
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	1%	27
	ziemlich viel	6%	
	viel	20%	
	etwas	47%	
	überhaupt nicht	26%	
b) Radiohören	hilft sehr viel	10%	28
	ziemlich viel	25%	
	viel	33%	
	etwas	24%	
	überhaupt nicht	8%	
c) Fernsehen	hilft sehr viel	12%	29
	ziemlich viel	24%	
	viel	26%	
	etwas	33%	
	überhaupt nicht	5%	

			Sp	C
tte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten AB-CHTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN, DIOHÖREN und FERNSFHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen				
Über politische Vorgänge in der Bundesrepublik und der Welt immer auf dem laufenden zu sein.	ist sehr wichtig	40%	30	1
	ziemlich wichtig	22%		2
	wichtig	28%		3
	weniger wichtig	9%		4
	überhaupt nicht wichtig	1%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	26%	31	1
	ziemlich viel	27%		2
	viel	25%		3
	etwas	19%		4
	überhaupt nicht	3%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	11%	32	1
	ziemlich viel	18%		2
	viel	29%		3
	etwas	39%		4
	überhaupt nicht	3%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	24%	33	1
	ziemlich viel	24%		2
	viel	27%		3
	etwas	23%		4
	überhaupt nicht	3%		5
. Das Leben voll genießen zu können.	ist sehr wichtig	48%	34	
	ziemlich wichtig	22%		
	wichtig	19%		
	weniger wichtig	8%		
	überhaupt nicht wichtig	3%		
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	3%	35	
	ziemlich viel	4%		
	viel	9%		
	etwas	37%		
	überhaupt nicht	48%		
b) Radiohören	hilft sehr viel	4%	36	
	ziemlich viel	12%		
	viel	17%		
	etwas	45%		
	überhaupt nicht	22%		
c) Fernsehen	hilft sehr viel	5%	37	
	ziemlich viel	8%		
	viel	16%		
	etwas	39%		
	überhaupt nicht	31%		

Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig die hier aufgeführten ABSICHTEN für Sie persönlich sind, und wie sehr TAGESZEITUNG LESEN, RADIOHÖREN und FERNSEHEN Ihnen hilft, diese Absichten zu verwirklichen			Sp	C
9. Meine eigene Meinung über politische Vorgänge mit der Meinung anderer vergleichen zu können.	ist sehr wichtig	24%	38	1
	ziemlich wichtig	18%		2
	wichtig	31%		3
	weniger wichtig	23%		4
	überhaupt nicht wichtig	4%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	14%	39	1
	ziemlich viel	24%		2
	viel	24%		3
	etwas	27%		4
	überhaupt nicht	10%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	3%	40	1
	ziemlich viel	15%		2
	viel	19%		3
	etwas	48%		4
	überhaupt nicht	16%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	10%	41	1
	ziemlich viel	19%		2
	viel	32%		3
	etwas	28%		4
	überhaupt nicht	12%		5
10. Mich durch Unterhaltsames anregen zu lassen.	ist sehr wichtig	12%	42	1
	ziemlich wichtig	27%		2
	wichtig	40%		3
	weniger wichtig	19%		4
	überhaupt nicht wichtig	2%		5
a) Tageszeitung lesen	hilft sehr viel	3%	43	1
	ziemlich viel	11%		2
	viel	14%		3
	etwas	51%		4
	überhaupt nicht	22%		5
b) Radiohören	hilft sehr viel	3%	44	1
	ziemlich viel	16%		2
	viel	36%		3
	etwas	34%		4
	überhaupt nicht	12%		5
c) Fernsehen	hilft sehr viel	7%	45	1
	ziemlich viel	18%		2
	viel	30%		3
	etwas	38%		4
	überhaupt nicht	8%		5

FRAGE 9

Auf die nachfolgend aufgeführten Feststellungen gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Wichtig ist nur, daß Sie Ihre eigene Meinung zu diesen Aussagen abgeben und sich sorgfältig an die folgende Anweisung halten.

Kreuzen Sie bitte für jede Frage die Antwort an, die für Sie zutrifft.	Ja	Nein
Wenn Sie mit 'Ja' antworten, kreuzen Sie bitte unter dem 'Ja' an.	☒	☐
Wenn Ihre Antwort 'Nein' lautet, kreuzen Sie bitte unter dem 'Nein' an.	☐	☒

Beantworten Sie bitte alle Fragen! Bitte achten Sie darauf, daß Sie bei jeder Frage nur eine Antwort ankreuzen. Es hat sich auch als am besten erwiesen, wenn Sie bei den einzelnen Fragen nicht so lange überlegen, sondern gleich die Antwort geben, die auf den ersten Blick für Sie zuzutreffen scheint.

Wenn Sie Ihre Antwort nachträglich ändern wollen, ziehen Sie bitte einen Kreis um die erste Antwort und kreuzen Sie dann die andere Antwort an.

	Ja	Nein	Sp. C
1. Wenn jeder gleich auf die Straße geht, weil ihm etwas nicht paßt, dann haben wir bald ein Chaos.	56%	44%	37
2. Jeder sollte einer politischen Partei oder einem Interessenverband angehören	25%	75%	38
3. Die politischen Parteien sind oft im Wege, wenn wichtige Probleme gelöst werden müssen.	52%	48%	39
4. Die Führung der Regierung sollte einem Mann anvertraut werden, der über dem Parteiengezänk steht.	43%	57%	40
5. Wir sollten die Chance nutzen, uns politisch zu betätigen.	81%	19%	41
6. Leider bringen die politischen Parteien meist nur Unruhe in die Bevölkerung.	34%	66%	42
7. Wer dauernd durch Demonstrationen zeigt, daß ihm etwas nicht paßt, sollte doch lieber gleich unseren Staat verlassen.	12%	88%	43
...and kann bestreiten, daß Interessenverbände für unsere Demokratie lebenswichtig sind.	78%	22%	44

	Ja	Nein	Sp	C
9. Unsere Wirtschaft würde besser funktionieren, wenn die Politiker sich nicht dauernd einmischen würden.	11%	89%	45	
1o. Wer dauernd Kritik übt, soll erst einmal vor der eigenen Haustür kehren.	44%	56%	46	
11. Wer sich über die politischen Parteien beklagt, sollte Mitglied einer Partei werden, um die Partei zu ändern.	63%	37%	47	
12. Der Einfluß der Politik verhindert viele gutgemeinte Versuche, bedeutende Probleme unseres Gemeinwesens zu lösen.	43%	57%	48	
13. Eine Demokratie verlangt vom Staatsbürger vor allem erst einmal Disziplin.	49%	51%	49	
14. In der Bundesrepublik sind nicht zu viel, sondern zu wenige Leute politisch aktiv.	76%	24%	50	
15. Es würde sich alles viel leichter regeln lassen ohne den Einfluß der Politik.	13%	87%	51	
16. Die ganzen politischen Krawalle zeigen, daß es vielen einfach zu gut geht.	21%	79%	52	
17. Wir müssen uns stärker politisch betätigen, damit wir die politischen Entscheidungen beeinflussen können.	8o%	2o%	53	
18. Durch die Politik werden viele Probleme erst unnötig kompliziert.	43%	57%	54	
19. Demokratie heißt vor allem erst einmal Ruhe und Ordnung.	24%	76%	55	
2o. Von unserem politischen Interesse hängt es ab, ob wir eine vernünftige Regierung haben oder nicht.	79%	21%	56	
21. Die politischen Auseinandersetzungen in unserem Volke verhindern oft eine sinnvolle Arbeit der Regierung.	35%	65%	57	
22. Es ist ein Hauptübel in unserem Volk, daß soviel kritisiert wird.	15%	85%	58	
23. Wir sollten uns mehr politisch beteiligen, dann können wir die Arbeit der Regierung besser kontrollieren.	78%	22%	59	
[illegible] Einfluß der Politik stört nicht [illegible]en den vernünftigen Ablauf der [illegible]ge.	44%	56%		

10. Wenn Sie einmal an folgende sechs Parteien denken (in alphabetischer Reihenfolge):

CDU / CSU / DKP / FDP / NPD / SPD

- welche dieser Parteien entspricht am ehesten Ihren Wünschen und Vorstellungen?

(Bitte kreuzen Sie im folgenden immer eine der beiden vorgegebenen Parteien an!)

Fs. Karte 2

						Sp	C
1.	Eher CDU	☐	oder eher CSU	☐	?	47	
2.	Eher CSU	☐	oder eher DKP	☐	?	48	
3.	Eher DKP	☐	oder eher FDP	☐	?	49	
4.	Eher FDP	☐	oder eher NPD	☐	?	50	
5.	Eher NPD	☐	oder eher SPD	☐	?	51	
6.	Eher SPD	☐	oder eher CDU	☐	?	52	
7.	Eher CDU	☐	oder eher DKP	☐	?	53	
8.	Eher CSU	☐	oder eher FDP	☐	?	54	
9.	Eher DKP	☐	oder eher NPD	☐	?	55	
10.	Eher FDP	☐	oder eher SPD	☐	?	56	
11.	Eher NPD	☐	oder eher CDU	☐	?	57	
12.	Eher SPD	☐	oder eher CSU	☐	?	58	
13.	Eher CDU	☐	oder eher FDP	☐	?	59	
14.	Eher CSU	☐	oder eher NPD	☐	?	60	
15.	Eher DKP	☐	oder eher SPD	☐	?	61	

1 2

	Sp	C
11. Erinnern Sie sich noch an die Bundestagswahl 1976? - Welche Partei(en) haben Sie damals gewählt?		
a) Mit der Erststimme (=Wahlkreiskandidat)?	63	0
CDU ☐ 5.6%		1
CSU ☐ 8.7%		2
DKP ☐ 5.0%		3
FDP ☐ 3.7%		4
NPD ☐ 1.2%		5
SPD ☐ 27.3%		6
andere Partei ☐ .6%		7
nicht gewählt ☐ 47.8% (Quotenkriterium)		8
b) Mit der Zweitstimme (=Partei)?	64	0
CDU ☐ 3.7%		1
CSU ☐ 9.9%		2
DKP ☐ 6.2%		3
FDP ☐ 6.2%		4
NPD ☐ 1.9%		5
SPD ☐ 23.6%		6
andere Partei ☐ .6%		7
nicht gewählt ☐ 47.8% (Quotenkriterium)		8
12. Wie alt waren Sie zum Zeitpunkt der Bundestagswahl 1976?	66	0
18 Jahre ☐ 25%		1
19 Jahre ☐ 23%		2
20 Jahre ☐ 22%		3
21 Jahre ☐ 18%		4
22 Jahre ☐ 12%		5
- Und jetzt noch ein paar statistische Fragen -		
13. Ihr Geschlecht?	67	0
männlich ☐ 53%		1
weiblich ☐ 47%		
14. Ihre Schulbildung?	68	0
Hauptschule ohne Lehre ☐ 3%		1
Hauptschule mit Lehre ☐ 33%		2
Mittlere Reife u.ä. ☐ 34%		3
Abitur ohne Studium ☐ 13%		4
Abitur mit Studium ☐ 17%		5
15. Ihr Ausbildungsstand?	69	
	70	
Ausbildung abgeschlossen ☐1 35%.....		
Noch in der Ausbildung ☐2 64%(Berufsbezeichnung)	71	
16. Sind Sie zur Zeit berufstätig?	72	0
Ja, im Rahmen einer Lehre ☐ 15%		1
Ja, im erlernten Beruf ☐ 23%		2
Ja, in einem anderen Beruf 8%		3
(einschließlich Hausfrauen) ☐		3
Nein ☐ 10%		4
Trifft nicht zu (in Ausbildung) ☐ 45%		5

ÜBERSICHT : STICHPROBE JUGENDLICHE WÄHLER 1976:
Indikatoren in Abhängigkeit von der sozialen Situation (Bildung,Geschlecht,Berufstätigkeit).
Mittelwertdifferenzen für kommunikatives Verhalten

VARIABLE	BILDUNG	GESCHLECHT	BERUFS-TÄTIGKEI
Nutzungsintensität (3Medien)			
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung	●●	☆	●●
Nutzung kultureller Inhalte der Tageszeitung	●		●
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte der Tageszeitung			
Nutzung unterhaltender Inhalte der Tageszeitung	●		
Nutzung politischer Inhalte des Hörfunks	●		●
Nutzung kultureller Inhalte des Hörfunks			
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Hörfunks			●
Nutzung unterhaltender Inhalte des Hörfunks			
Nutzung politischer Inhalte des Fernsehens	●		●
Nutzung kultureller Inhalte des Fernsehens			
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Fernsehens		☆	
Nutzung unterhaltender Inhalte des Fernsehens	☆		
Allgemeine Nutzung massenmedialer Inhalte (redundand):			
Nutzung politischer Inhalte	●●		●●
Nutzung kultureller Inhalte			
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte			
Nutzung unterhaltender Inhalte	●		
Tageszeitung als politisches Medium	●●		●
Hörfunk als politisches Medium			
Fernsehen als politisches Medium			
Tageszeitung als Medium der Privatheit		☆	
Hörfunk als Medium der Privatheit			
Fernsehen als Medium der Privatheit	●		

ÜBERSICHT : STICHPROBE JUGENDLICHE WÄHLER 1976
Indikatoren in Abhängigkeit von der sozialen Situation (Bildung, Geschlecht, Berufstätigkeit).
Mittelwertdifferenzen für politisches Verhalten

VARIABLE	BILDUNG	GESCHLECHT	BERUFS-TÄTIGKEIT
Unpolitische Haltung	●●		●●
Politisches Engagement	☆		
Politik als Störfaktor			
Politische Orientierung	●●		●●
Öffentliche Teilhabe			●
Privatheit	☆	☆	
Schulbildung			●●

Zeichenerklärung: (auch für Übersicht)

●● übersaus hoch signifikante Unterschiede
● hoch signifikante Unterschiede
● signifikante Unterschiede
☆ tendenzielle Unterschiede

innerhalb der jeweiligen Aufrißvariablen

TABELLE : GESCHLECHTSSPEZIFISCHE INDIKATOREN
Mittelwertdifferenzen nach Geschlecht

VARIABLE	n=	männl. 85	weibl. 76	Signif.
Fernsehen als politisches Medium		-	+	.041
Tendenzielle Unterschiede:				
Tageszeitung als Medium der Privatheit		+	-	.077
Allgemeine Einstellung:Privatheit		-	+	.072
Nutzung politischer Inhalte der Tageszeitung		+	-	.075
Nutzung lokaler/regionaler Inhalte des Fernsehens		-	+	.104

TABELLE : BILDUNGSSPEZIFISCHE INDIKATOREN
Varianzanalyse nach Bildungsgruppen

VARIABLE	SCHULBILDUNG VS	MS	ABI	STUD	Signif. (F-Prob.)
Allg.Nutzung polit.Inhalte	-	o	+	+	.000
Allg.Nutzung:Unterhaltung	+	o	-	o	.037
Nutzung politischer Inhalte					
.... der Tageszeitung	-	o	+	+	.000
.... des Hörfunks	-	o	+	+	.004
.... des Fernsehens	-	o	+	+	.002
Nutzung kultureller Inhalte der Tageszeitung	-	o	+	+	.002
Nutzung unterhaltender Inhalte					
.... der Tageszeitung	+	o	-	o	.019
.... des Fernsehens	+	o	-	-	.061
Informationsabsichten der Privatheit	+	-	o	-	.085
Tageszeitung als politisches Medium	⟶				.001
Lokale polit. Vorgänge und elektronische Medien	+	o	-	o	.069
Fernsehen als Medium der Privatheit	+	-	o	--	.032
Politische Orientierung "Links-Orientierung"	⟶				.001
Unpolitische Haltung	+	+	-	-	.000
Politisches Engagement	o	-	o	+	.072
(Politik als Störfaktor	o	o	o	-	.226)

Abkürzungen:

VS	Volksschulbildung (davon 5 personen ohne Lehre)	n= 58
MS	Mittlere Reife u.ä.	n= 54
ABI	Abitur ohne Studium	n= 21
STUD	Abitur mit Studium	n= 28

VARIABLEN ZU KOMMUNIKATIVEM UND POLITISCHEM VERHALTEN:
MITTELWERTE, STANDARDABWEICHUNGEN UND UNIVARIATE F-WERTE
IM VERGLEICH VON "WÄHLERN" UND "NICHTWÄHLERN"

INDEX	WÄHLER n = 84		NICHTWÄHLER n = 77		GESAMT n = 161		F-WERT	INDEX
	Mittelw.	Std.abw.	Mittelw.	Std.abw.	Mittelw.	Std.abw.		
NUTZ	.75198	.12934	.75433	.13511	.75311	.13172	.0127	NUTZ
TZPOL	.63393	.24063	.64448	.21274	.63898	.22707	.0863	TZPOL
TZKULT	.53423	.22323	.51623	.17008	.52562	.19918	.3264	TZKULT
TZLOK	.69940	.24167	.68182	.22078	.69099	.23136	.2310	TZLOK
TZUNT	.56845	.24575	.62013	.19391	.59317	.22329	2.1675	TZUNT
HFPOL	.60119	.17834	.52760	.21710	.56599	.20062	5.5603	HFPOL
HFKULT	.54464	.20594	.50649	.22932	.52640	.21759	1.2367	HFKULT
HFLOK	.54167	.22904	.42857	.20622	.48758	.22500	10.7696	HFLOK
HFUNT	.58482	.13947	.59010	.18626	.58734	.16302	.0418	HFUNT
FSPOL	.60714	.22051	.57305	.22246	.59084	.22141	.9522	FSPOL
FSKULT	.59821	.21959	.54545	.22112	.57298	.22122	3.3037	FSKULT
FSLOK	.49405	.23277	.46753	.23769	.48137	.23478	.5109	FSLOK
FSUNT	.59623	.19295	.61364	.20895	.60455	.20032	.3020	FSUNT
POLORT	.65556	.24332	.60433	.23825	.63106	.24153	1.8164	POLORT
BPOLIT	.05787	.90261	-.06313	.93627	-.00000	.91798	.6968	BPOLIT
BUNT	-.05286	.90438	.05787	.80396	-.00000	.85696	.6670	BUNT
PM1	-.07082	.92366	.07726	.91374	-.00000	.91905	1.0433	PM1
PM2	.15022	.89448	-.16388	.88721	-.00000	.90206	4.9925	PM2
PM3	.13131	.86059	-.14324	.90849	.00000	.89172	3.8769	PM3
PM4	.05042	1.04048	-.05501	.94031	-.00000	.99486	.4496	PM4
PM5	-.04953	.89040	.05403	.85854	-.00000	.87412	.5623	PM5
UH	.30508	.24263	.37179	.26514	.33696	.25504	2.7777	UH
PENG	.70685	.21388	.69118	.20832	.70031	.21069	.1681	PENG
PAS	.34524	.25641	.35592	.29144	.35016	.27699	.0550	PAS
UM1	-.00227	.91685	.00249	.90650	-.00000	.90907	.0011	UM1
UM2	-.13247	.78811	.14451	.97665	.00000	.89137	3.9507	UM2
UM3	-.00625	1.02595	.00682	.89025	.00000	.96048	.0074	UM3
UM4	-.02488	.98462	.02714	1.00982	-.00000	.99399	.1094	UM4
UM5	-.08359	.67265	.09118	1.11293	-.00000	.91144	1.4816	UM5

Lesehinweise zu den Tabellen der kanonischen Analyse

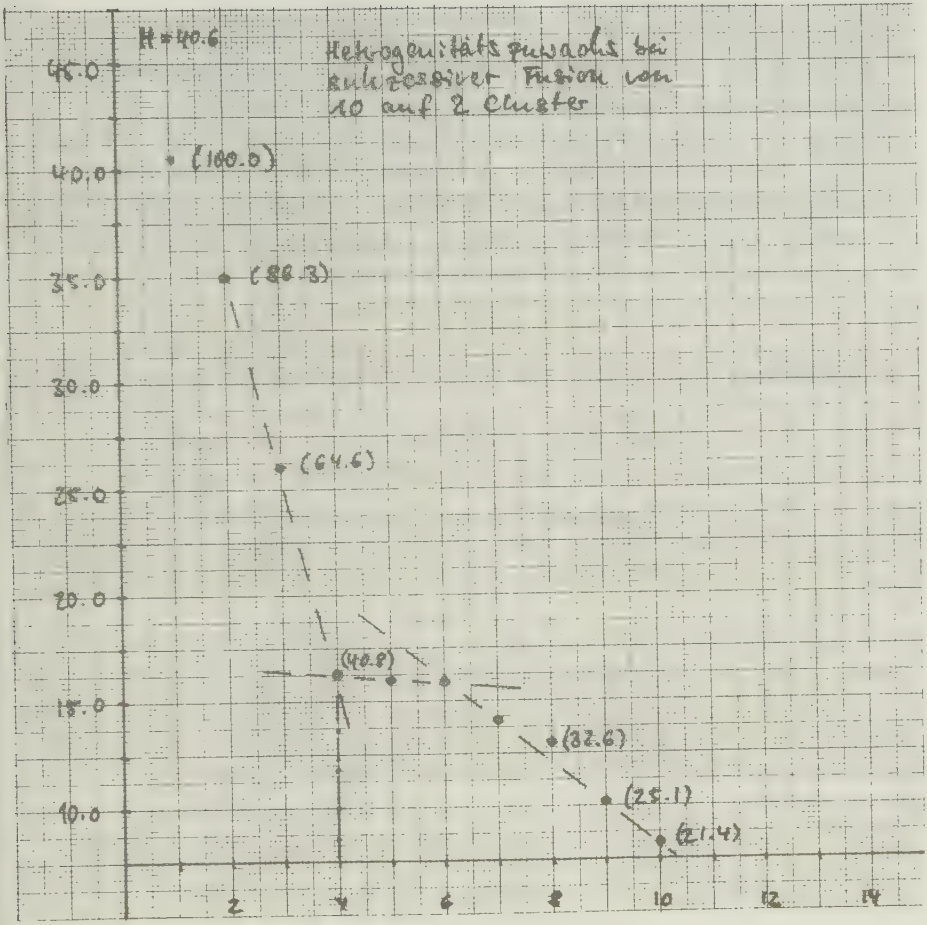
Die Ergebnisse der Analysen sind nur für die signifikanten kanonischen Korrelationen ausgewiesen.
Wenn zwei signifikante kanonische Korrelationen gefunden wurden, so bezieht sich die Spalte r_{c1} auf die erste, die Spalte r_{c2} auf die zweite signifikante kanonische Korrelation.

Der Eigenwert ist das Quadrat der kanonischen Korrelation und gibt den Anteil gemeinsamer Varianz der in den beiden Variablensätzen bzw.-blöcken gebildeten Linearkombinationen an.
Wilk's Lambda ist eine Prüfgröße für die Residualvarianz. Diese Größe zeigt an, ob in der Residualvarianz weitere signifikante kanonische Korrelationen zu erwarten sind. Niedrige Werte bedeuten hohe Residuale, hohe Werte bedeuten geringe Residuale.
Aus dieser Größe wird der Prüfwert für einen CHI-Quadrat-test für die Hypothese: "In der Population besteht kein Zusammenhang für die beiden Variablengruppen" entwickelt. Das Ergebnis dieses Tests ist unter der Signifikanz aufgeführt.
Die Koeffizienten der kanonischen Variablen zeigen die Gewichte der einzelnen Variablen in jeder Linearkombination und ermöglichen so die Interpretation der Linearkombinationen.
Die Struktur- und Redundanzmaße für die signifikanten kanonischen Variablen wurden aus den Korrelationen der kanonischen Variablen mit den Originalvariablen berechnet. Da in diese Berechnung nur die signifikanten kanonischen Variablen eingingen wird die standardisierte Einheitsvarianz (=1) nicht exakt reproduziert. (Die Differenz ergibt sich aus : 1-Eigenwert-Lambda)
Die Auflistung der Strukturmaße (Extraktion "E") und Redundanzmaße (Redundanz "R") folgt folgendem Schema:

	1.Satz	2.Satz
vorgegeben:1.Satz	E1	R1
vorgegeben:2.Satz	R2	E2

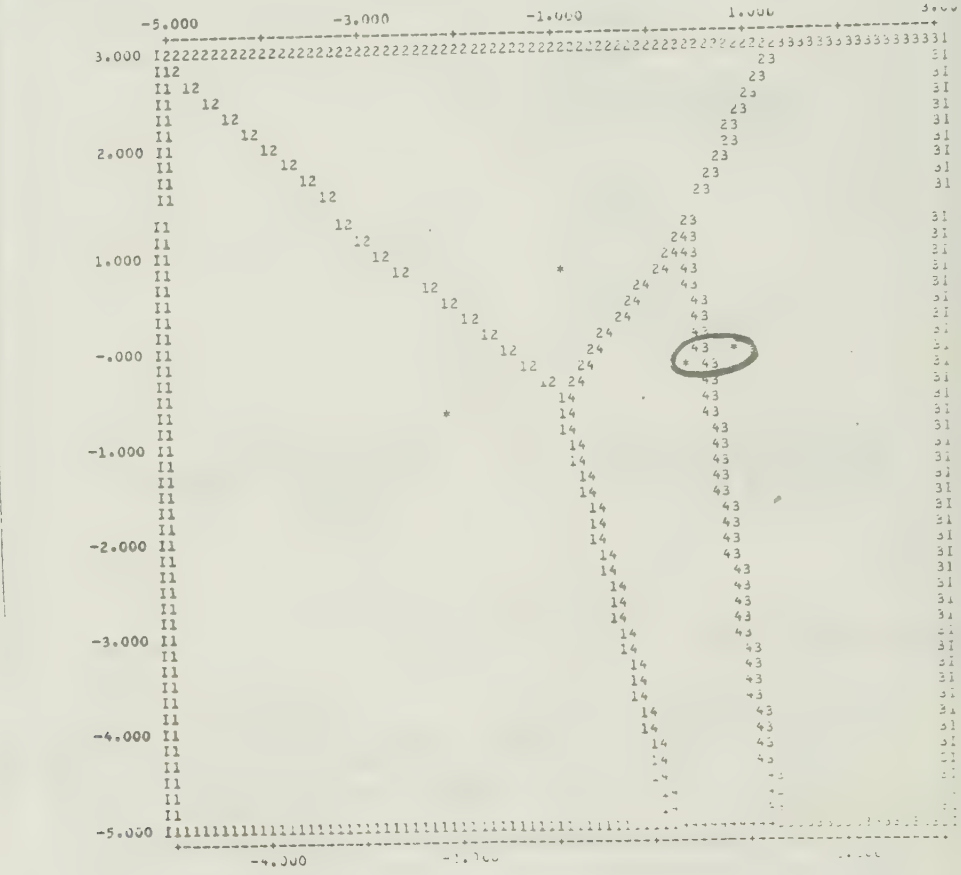
(Die Extraktions- und Redundanzwerte stehen also jeweils in den Diagonalen)

Diese Maße zeigen, inwiefern die berechneten Linearkombinationen die Varianz der Variablen in den einzelnen Variablensätzen reproduziert. Die Extraktions- u. Strukturmaße ergeben sich dabei aus der Korrelation der in einem Satz gebildeten Linearkombination mit den Originalvariablen dieses Satzes. Die Redundanz ergibt sich aus der Korrelation der Variablen eines Satzes mit der Linearkombination des Gegensatzes.
Die Redundanz ist in der Regel assymetrisch, d.h. eine Linearkombination leistet mehr Varianzaufklärung der Gegengruppe als die andere. Erst aus dieser Betrachtung kann die, in der kanonischen Analyse gegenüber der multiplen Regression aufgegebene, Unterscheidung zwischen abhängigen und unabhängigen Variablen rekonstruiert werden. Während aber in der multiplen Regression diese Unterscheidung als Modell-Input fungiert, ist sie hier Ergebnis der Analyse.


H = 40.6
Heterogenitätszuwachs bei
sukzessiver Fusion von
10 auf 2 Cluster
45.0
40.0
35.0
30.0
25.0
20.0
15.0
10.0
(100.0)
(86.3)
(64.6)
(40.8)
(32.6)
(25.1)
(21.4)
2
4
6
8
10
12
14

DISKRIMINANZANALYSE CLUSTEREVALUATION

TERRITORIAL MAP OF DISCRIMINANT SCORE 1 (HORIZONTAL) VS. DISCRIMINANT SCORE 2 (VERTICAL). * INDICA



INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT (ZEITUNGSWISSENSCHAFT) DER UNIVERSITÄT MÜNCHEN

GESCHWISTER-SCHOLL-PLATZ 1 8000 MÜNCHEN 22 TELEFON 089/2180 32 02

aus
politik
und
zeit
geschichte

beilage
zur
wochen
zeitung
das parlament

fragebogen

SPALTE	1	2	3	4	5	6
CODE	0					1

Aus Gründen der Auswertung mußten wir die Antwortvorgaben stark formalisieren. Wenn Ihnen deshalb einige Antwortvorgaben als zu wenig differenzierend vorkommen, kreuzen Sie bitte trotzdem diejenige Antwort an, die Ihnen am nächsten kommt.

Wenn Sie irrtümlich eine falsche Antwortvorgabe angekreuzt haben, ziehen Sie bitte einen Kreis um die erste Antwort und kreuzen Sie dann die andere Antwort an.

Die Auswertung des Fragebogens erfolgt selbstverständlich vertraulich und anonym.

Die Zahlen in den hinteren Spalten haben für Sie keine Bedeutung. Sie dienen lediglich der statistischen Auswertung der Antworten.

Kontaktpersonen für Rückfragen:

Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbucher (priv.):
Flüggenstr. 9
8000 München 19, Tel.: 089/177342

Hans-Georg Räder, M.A. (priv.):
Clemensstr. 76
8000 München 40, Tel.: 089/301458

FRAGE	ANTWORT	CODE
(1) Für wie wichtig halten Sie politische Bildung in unserer Gesellschaft?	sehr wichtig ( ) wichtig ( ) weniger wichtig ( ) unwichtig ( )	4 3 2 1 — 7
(2) Hat Ihre berufliche Tätigkeit etwas mit "politischer Bildung" zu tun?	ja, hauptsächlich ( ) ja, teilweise ( ) wenn ja: welche Tätigkeit? . . . . . . nein, keinen Bezug ( )	3 2 1 — 8
(3) Lesen Sie regelmäßig Fachzeitschriften, die einen Bezug zu ihrer beruflichen Tätigkeit haben?	ja ( ) wenn ja: weiter mit Frage 4 nein ( ) wenn nein: weiter mit Frage 5	2 1 — 9
(4) Welche Fachzeitschriften sind das? Nennen Sie uns bitte die Titel. (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)	. . . .	10
(5) Wie ist das mit Ihrer Zeit, die Ihnen jede Woche für ein intensives Lesen der BEILAGE zur Verfügung steht?	Ich habe im allgemeinen genügend Zeit zum Lesen ( ) Manchmal wird die Zeit zu knapp ( ) Sehr oft habe ich zu wenig Zeit ( ) In der Regel reicht meine Zeit nur zum flüchtigen Überlesen ( )	4 3 2 1 — 11
(6) Lesen Sie grundsätzlich alle Beiträge der Beilage, oder wählen Sie die Beiträge aus, die Sie lesen?	a) Ich lese grundsätzlich alle Beiträge ( ) b) Ich lese in der Regel alle Beiträge ( ) wenn a oder b: weiter mit Frage 8 c) Ich wähle Beiträge aus, die ich lese ( )	3 2 1 — 12
(7) Nach welchen Kriterien wählen Sie die Beiträge aus, die Sie lesen?) (ANTWORTEN SIE BITTE FÜR JEDES KRITERIUM)	sehr oft / oft / selten / nie (4 3 2 1)	
berufliche bzw. fachliche Kriterien		13
persönliches Interesse an Thematik		14
als Hintergrundinformation für aktuelle Ereignisse		15
aus Interesse am Autor		16
(8) Wie machen Sie sich gewöhnlich ein Bild von dem zu erwartenden Inhalt eines Beitrags... (ANTWORT FÜR JEDES KRITERIUM)	sehr oft / oft / selten / nie (4 3 2 1)	
aufgrund des Titels		17
aufgrund der Zusammenfassung am Ende eines jeden Heftes		18
aufgrund des Autors des Beitrags		19
dadurch, daß ich den Beitrag anlese oder überfliege		20

(9) Welche Themenbereiche in der BEILAGE "aus politik und zeitgeschichte" interessieren Sie sehr, welche interessieren Sie und welche interessieren Sie weniger?
(ANTWORTEN SIE BITTE FÜR JEDEN ANGEGEBENEN THEMENBEREICH)

	interessiert mich sehr	interessiert mich	interessiert mich weniger
Gesellschaftspolitische Fragen			
Politische Bildung			
Zeitgeschichte			
Demokratische Institutionen			
Ost-West-Beziehungen			
Friedens- u. Sicherheitspolitik			
Dritte Welt, Nord-Süd-Konflikt			
Wirtschaftspolitische Fragen			
Europäische Integration			
	3	2	1

(10) Sie finden hier eine Liste mit verschiedenen Begriffen, die alle in der wissenschaftlichen und politischen Diskussion häufig verwendet werden, um das Problem der 'Politik' zu definieren. Wie beurteilen Sie diese Begriffe von Ihrem eigenen politischen Standort her?

Sie haben die Möglichkeit, jeden Begriff als sehr positiv, positiv und negativ, sehr negativ oder als weder positiv noch negativ (mittlere Position) einzustufen.

sehr positiv	positiv	weder /noch	negativ	sehr negativ

Beispiel: Wenn Sie den Begriff 'Autorität' sehr negativ beurteilen, dann kreuzen Sie das äußerste rechte Kästchen an:

				X

Bei sehr positiver Beurteilung das erste Kästchen links.

X				

(BITTE BEWERTEN SIE ALLE BEGRIFFE!)

	sehr positiv	positiv	weder /noch	negativ	sehr negativ
Autorität					
Beteiligung					
Entscheidung					
Führung					
Herrschaft					
Integration					
Interessen					
Konflikt					
Kommunikation					
Konsens					
Legalität					
Legitimität					
Leistung					
Macht					
Ordnung					
Stabilität					
Steuerung					
Wandel					
	5	4	3	2	1

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT (ZEITUNGSWISSENSCHAFT) DER UNIVERSITÄT MÜNCHEN

GESCHWISTER-SCHOLL-PLATZ 1 8000 MÜNCHEN 22 TELEFON 089/2180 32 02

11

Im folgenden werden eine Reihe von Aussagen aufgeführt, die alle mehr oder weniger direkt darauf verweisen, warum man sich über Fragen der Politik und Geschichte informiert. Wir haben diese Sätze als Absichten formuliert. Wie wichtig sind diese Absichten für Sie persönlich?

Es gibt verschiedene Wege, die zur Verwirklichung dieser Absichten beitragen. Medien (Bücher, Zeitschriften usw.) bieten mehr oder weniger günstige Angebote, um Ihnen bei der Verwirklichung verschiedener Absichten zu helfen. Inwieweit können Sie sich auf die 5 angeführten Medien (FACHBÜCHER, FACHZEITSCHRIFTEN, "BEILAGE", POLIT. WOCHENZEITUNGEN, FERNSEHEN) stützen, um die angegebenen Absichten zu verwirklichen?

KREUZEN SIE FÜR JEDE ABSICHT AN, (1) WIE WICHTIG SIE IHNEN IST, UND (2) INWIEWEIT DIE MEDIEN ZUR VERWIRKLICHUNG DIESER ABSICHT BEITRAGEN KÖNNEN. (Sie müssen also zu jeder Absicht 6 Kreuze machen.)

Absichten	Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig diese Absicht für Sie persönlich ist. Bedeutung der Absicht		Bitte kreuzen Sie bei jeden der 5 Medien an, wie sehr es der Verwirklichung dieser Absicht dient: Fachbücher	Fachzeitschriften	"Beilage"	polit. Wochenzeitung	Fernsehen	
Hintergründe von Ereignissen zu erfahren, die mich interessieren	sehr wichtig	5	sehr viel	5	5	5	5	5
	ziemlich wichtig	4	viel	4	4	4	4	4
	weniger wichtig	3	etwas	3	3	3	3	3
	gar nicht wichtig	2	gar nicht	2	2	2	2	2
		48						49-53
In politischen Gegenständen die Kontroversen zu erkennen	sehr wichtig	5	sehr viel	5	5	5	5	5
	ziemlich wichtig	4	viel	4	4	4	4	4
	weniger wichtig	3	etwas	3	3	3	3	3
	gar nicht wichtig	2	gar nicht	2	2	2	2	2
		54						55-59
Mein fachliches Wissen zu erweitern	sehr wichtig	5	sehr viel	5	5	5	5	5
	ziemlich wichtig	4	viel	4	4	4	4	4
	weniger wichtig	3	etwas	3	3	3	3	3
	gar nicht wichtig	2	gar nicht	2	2	2	2	2
		60						61-65
Materialien zu praktischen Berufsfragen zu bekommen	sehr wichtig	5	sehr viel	5	5	5	5	5
	ziemlich wichtig	4	viel	4	4	4	4	4
	weniger wichtig	3	etwas	3	3	3	3	3
	gar nicht wichtig	2	gar nicht	2	2	2	2	2
		66						67-71
Zwecke und Notwendigkeiten gesellschaftlicher Zwänge und der Herrschaftsverhältnisse zu überprüfen	sehr wichtig	5	sehr viel	5	5	5	5	5
	ziemlich wichtig	4	viel	4	4	4	4	4
	weniger wichtig	3	etwas	3	3	3	3	3
	gar nicht wichtig	2	gar nicht	2	2	2	2	2
		72						73-77

DER UNIVERSITÄT MÜNCHEN
GESCHWISTER-SCHOLL-PLATZ 1 8000 MÜNCHEN 22 TELEFON 089/2180 3202

SP 1-5 | 6
DUP | 2

Bitte kreuzen Sie bei jeden der 5 Medien wie sehr es der Verwirklichung dieser Absicht dient

Absichten	Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig diese Absicht für Sie persönlich ist. Bedeutung der Absicht		Fachbücher	Fachzeitschriften	"Beilage"	polit. Wochenzeitung	Fernsehen	
Sich über politische Probleme in der Bundesrepublik und der Welt ein Bild machen zu können	sehr wichtig	3	7	sehr viel	3	3	3	3	3	8-12
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Die politischen Institutionen und ihre Funktionen zu kennen	sehr wichtig	3	13	sehr viel	3	3	3	3	3	14-18
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Informationen auf ihren ideologischen Hintergrund hin zu durchschauen	sehr wichtig	3	19	sehr viel	3	3	3	3	3	20-24
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Politische Orientierungshilfen zur laufenden Regierungstätigkeit zu bekommen	sehr wichtig	3	25	sehr viel	3	3	3	3	3	26-30
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
In politischen Alternativen denken zu können	sehr wichtig	3	31	sehr viel	3	3	3	3	3	32-36
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Den Herrschaftsverhältnissen zugrunde liegende Interessen, Normen und Wertvorstellungen kritisch zu überprüfen	sehr wichtig	3	37	sehr viel	3	3	3	3	3	38-42
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Konflikte in der Gesellschaft und deren Funktion zu kennen	sehr wichtig	3	43	sehr viel	3	3	3	3	3	44-48
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	

NSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT (ZEITUNGSWISSENSCHAFT) DER UNIVERSITÄT MÜNCHEN

GESCHWISTER-SCHOLL-PLATZ 1 8000 MÜNCHEN 22 TELEFON 089/2180 3202

Absichten	Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig diese Absicht für Sie persönlich ist. Bedeutung der Absicht		Bitte kreuzen Sie bei jeden der 5 Medien an, wie sehr es der Verwirklichung dieser Absicht dient: Fachblicher / Fachzeitschriften / „Beilage" / polit. Wochenzeitung / Fernsehen					
Angesichts persönlicher oder gesellschaftlicher Probleme Eigeninitiativen entwickeln zu können	sehr wichtig	3	49	sehr viel	3	3	3	3	3	50-54
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Reflexion der eigenen Interessenlage	sehr wichtig	3	55	sehr viel	3	3	3	3	3	56-60
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Als Mitglied in verschiedenen sozialen Gruppen effektiv mitarbeiten zu können	sehr wichtig	3	61	sehr viel	3	3	3	3	3	62-66
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Ein konkretes politisch-gesellschaftliches Problem rational beurteilen zu können	sehr wichtig	3	67	sehr viel	3	3	3	3	3	68-72
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Chancen zur Einflußnahme auf gesellschaftliche und politische Vorgänge zu erkennen	sehr wichtig	3	73	sehr viel	3	3	3	3	3	74-78
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Verschiedene Konzeptionen für die Lösung aktueller wirtschaftlicher Krisen und Konflikte kennenzulernen	sehr wichtig	3	7	sehr viel	3	3	3	3	3	8-12
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	
Den Einfluß wirtschaftlicher Macht auf politische Entscheidungsprozesse zu prüfen	sehr wichtig	3	13	sehr viel	3	3	3	3	3	14-18
	ziemlich wichtig	2		viel	2	2	2	2	2	
	weniger wichtig	1		etwas	1	1	1	1	1	
	gar nicht wichtig	0		gar nicht	0	0	0	0	0	

SP 1-5 6

DUP 3

(12) Wie empfinden Sie die Beilage? Wir haben eine Reihe von Begriffen einander gegenübergestellt und möchten Sie bitten, die Beilage anhand dieser Gegensatzpaare zu bewerten. Sie haben dabei die Möglichkeit, Ihr Urteil jeweils abzustufen, indem Sie Ihr Kreuzchen in die Mitte oder mehr nach links oder rechts rücken. Pro Zeile ist also ein Kreuzchen zu machen.
(BITTE LASSEN SIE KEIN BEGRIFFSPAAR AUS!)

	sehr	ziemlich	etwas	weder /noch	etwas	ziemlich	sehr	
interessant								uninteressant
sachlich								unsachlich
orientierend								indoktrinierend
gibt Anstöße								läßt alles beim alten
problematisiert								vereinfacht
verwirrt								klärt
theoretisch								praktisch
monologisiert								diskutiert
konfliktbereit								konfliktscheu
engagiert								opportunistisch
politisch links								politisch rechts
systemkonform								systemkritisch
konservativ								progressiv
konzentriert								diffus
aktuell								nicht aktuell
übersichtlich								unübersichtlich
bürgernah								bürgerfern
fördert Wandel								stabilisiert
politisch neutral								parteiisch
informiert wertfrei								informiert wertend
	7	6	5	4	3	2	1	

(13) Kommt es vor, daß Sie sich mit jemandem über Artikel der Beilage unterhalten?

sehr häufig ( )
häufig ( )
ab und zu ( )
selten ( )
nie ( )

(bei "nie": weiter mit Frage 15
sonst: nächste Frage)

(14) Wie spielt sich das in der Regel ab?
(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

als Diskussion gemeinsamer Lektüre ( )
ich gebe Hinweise ( )
ich suche weitere Hinweise ( )

(15) Sammeln Sie die Hefte der Beilage ?

ja, alle Hefte ( )
ja, aber nur die Hefte, die mich interessieren ( )
nein, ich gebe die Hefte weiter ( )
nein, ich werfe die Hefte weg ( )

(bei "nein": weiter mit Frage 17)

(16) Zu welchem Zweck sammeln Sie die Hefte der Beilage?
(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

zur allgemeinen Dokumentation ( )
als "Enzyklopädie" innerhalb meiner Interessen ( )
als Materialsammlung meines Fachgebiets ( )
für wissenschaftliche Arbeiten, Vorträge usw. ( )
ich hebe Hefte zum späteren Lesen auf ( )
sonstige Zwecke ( )

welche? .....

(17) **Hier sind einige Beiträge der Beilage aus der letzten Zeit aufgeführt:**

★ **Bitte geben Sie für jeden Beitrag an, ob Sie ihn gelesen und ob Sie ihn gesammelt haben.**

○ **Wenn Sie den Beitrag ganz oder teilweise gelesen haben, beurteilen Sie bitte auch die Bedeutung und die Verständlichkeit des Beitrags.**

Wenn Sie an folgenden Beitrag denken ...	★ Was haben Sie mit diesem Beitrag getan?								○ Welche berufliche bzw. fachliche Relevanz hatte der Beitrag für Sie?					○ Wie fanden Sie die Verständlichkeit?				
(KREUZEN SIE BITTE IN DER WAAGRECHTEN DIEJENIGEN KÄSTEN AN, DIE FÜR DIESEN BEITRAG ZUTREFFEN)	gelesen	teils gelesen	nicht gelesen	keine Erinnerung	S	gesammelt	weitergegeben	weggeworfen	S	äußerst wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	SP	sehr verständlich	verständlich	schwer verständlich	unverständlich	SP
Heinz Timmermann "Historischer Kompromiß" oder Volksfront?	4	3	2	1	50	3	2	1	51	4	3	2	1	52	4	3	2	1	53
Dieter Nohlen Achim Wachendorfer "Was wird aus Chile?"	4	3	2	1	54	3	2	1	55	4	3	2	1	56	4	3	2	1	57
Gerd Pflaumer "Die Krise der personellen Entwicklungshilfe"	4	3	2	1	58	3	2	1	59	4	3	2	1	60	4	3	2	1	61
Martin Broszat "Zur Kritik der Publizistik des antisemitischen Rechtsextremismus"	4	3	2	1	62	3	2	1	63	4	3	2	1	64	4	3	2	1	65
Ino Arndt/Wolfgang Scheffler "Organisierter Massenmord an Juden in nationalsozialistischen Vernichtungslagern"	4	3	2	1	66	3	2	1	67	4	3	2	1	68	4	3	2	1	69
Gustav W. Heinemann "Freimütige Kritik und demokratischer Rechtsstaat"	4	3	2	1	70	3	2	1	71	4	3	2	1	72	4	3	2	1	73
Bernhard Fleckenstein "Militär und Gewerkschaften in Deutschland"	4	3	2	1	74	3	2	1	75	4	3	2	1	76	4	3	2	1	77
Karl Teppe "Das deutsche Identitätsproblem"	4	3	2	1	7	3	2	1	8	4	3	2	1	9	4	3	2	1	10
Wolfgang Höpker Wandel und Umbruch im südlichen Afrika"	4	3	2	1	11	3	2	1	12	4	3	2	1	13	4	3	2	1	14
Patrick E. Ollawa Militärherrschaft und politische Stabilität: Der Fall Nigeria"	4	3	2	1	15	3	2	1	16	4	3	2	1	17	4	3	2	1	18
Friedrich Schäfer "Verfassungstreue im öffentlichen Dienst"	4	3	2	1	19	3	2	1	20	4	3	2	1	21	4	3	2	1	22
Wilhelm Mensing "Zum 'Offensivkonzept zur Bekämpfung des anarchistischen Terrorismus' der CDU/CSU"	4	3	2	1	23	3	2	1	24	4	3	2	1	25	4	3	2	1	26

1-5 | 6
DUP | 4

(18) Wir haben einige Aussagen über die Beilage gesammelt, die man immer wieder hören kann. Wie stehen Sie zu diesen Aussagen? Finden Sie, daß sie zutreffen oder nicht zutreffen? Wieder haben Sie die Möglichkeit, Ihr Urteil abzustufen zwischen "trifft sehr zu" und "trifft gar nicht zu".

	trifft sehr zu	trifft zu	+/-	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu
Die Beilage ist politisch ausgewogen					
Die Artikel der Beilage sind wissenschaftlich anspruchsvoll					
Die Artikel der Beilage sind ohne große Mühe verständlich					
Beiträge der Beilage sollten alternative politische Standpunkte immer mitdiskutieren					
Artikel der Beilage sind mit unverständlichen Fremdwörtern gespickt					
Eine große Zahl der Artikel der Beilage ist politisch einseitig					
Der Beitrag eines Autors muß nicht unbedingt ausgewogen sein					
Manche Artikel der Beilage sind gute Beispiele für eine harte aber faire politische Diskussion					
Artikel der Beilage wiederholen, was in anderen Medien schon diskutiert wird					
In der Beilage schreiben häufig Autoren, die politisch "links" orientiert sind					
In der Beilage schreiben häufig Autoren, die politisch "konservativ" orientiert sind					
Zum Verstehen der meisten Beilage- Artikel braucht man Spezialkenntnisse					
Die Artikel der Beilage sollten mehr Bezug zur Praxis haben					
Die Artikel der Beilage sollten einfachere Satzkonstruktionen verwenden					
Die Artikel der Beilage sind oft abstrakt formuliert					
Die Sprache mancher Beilage-Artikel ist zu polemisch					
Interessant finde ich die Kontroverse zweier Autoren in der Beilage					
Der Umfang der meisten Artikel der Beilage ist gerade richtig					
Die Artikel der Beilage sind der wissenschaftlichen Diskussion einen Schritt voraus					
In der Beilage gibt es viele Artikel, die einen politisch extremen Standpunkt vertreten					
Die Artikel der Beilage sollten weniger fachspezifisch formuliert sein					
Artikel der Beilage leisten einen wertvollen Beitrag zur wissenschaftlichen Diskussion					
Die Beilage sollte lieber mehr und dafür kürzere Artikel haben					
	5	4	3	2	1

(19) Sind für Sie Fachzeitschriften leicht zugänglich, oder haben Sie bei ihrer Beschaffung Mühe?

(KEINE HOBBYZEITSCHRIFTEN!)

Fachzeitschriften sind für mich ...

leicht zugänglich	( )	4
zugänglich	( )	3
schwer zugänglich	( )	2
sehr schwer zugänglich	( )	1

	CD	SP

(20) **Wozu politische Bildung vor allem dienen soll, darüber bestehen unter Politikern und Pädagogen unterschiedliche Ansichten.**
Welchen der folgenden typischen Meinungen würden Sie eher zustimmen, welchen stehen Sie eher ablehnend gegenüber?
(Mit einem Kreuz in einem der Kästen von "o" bis "5" können Sie Ihr Urteil zwischen voller Ablehnung und "voller Zustimmung" abstufen)

	stimme zu 5	4	3	2	1	lehne ab o		
Politische Bildung soll vor allem Einsicht in die Vielfalt zwischenmenschlicher Beziehungen vermitteln.								51
Politische Bildung soll vor allem zur Formulierung und Vertretung eigener Interessen befähigen.								52
Politische Bildung soll vor allem an unseren Staat und die großen Gemeinschaftsaufgaben heranführen.								53
Politische Bildung soll vor allem das notwendige Mindestmaß an gemeinsamen Überzeugungen unter den Bürgern sichern.								54
Politische Bildung soll vor allem Solidarität unter den Bürgern über alle Gruppengrenzen hinweg schaffen.								55
Politische Bildung soll vor allem den kritischen Blick für die Ungleichheiten in unserer Gesellschaft schärfen.								56
Politische Bildung soll vor allem mit den politischen Institutionen unseres Staates vertraut machen.								57
Politische Bildung soll vor allem den gesellschaftlich Benachteiligten eine Waffe zur Veränderung ihrer Lage in die Hand geben.								58
Politische Bildung soll vor allem zum Verantwortungsbewußtsein gegenüber der Gemeinschaft erziehen.								59
	5	4	3	2	1	0		

(21) Wenn Sie einmal an folgende sechs Parteien denken: CDU FDP SPD DKP CSU NPD - welche dieser Parteien entspricht am ehesten Ihren Wünschen und Vorstellungen? Bitte bilden Sie eine Reihenfolge ('1' bedeutet 'am ehesten', '6' = 'am wenigsten')	Reihenfolge: 1) ..... 2) ..... 3) ..... 4) ..... 5) ..... 6)	
(22) Sind Sie aktiv politisch tätig?	Ich bin Mitglied einer Partei ( ) Welcher? ..... Ich habe eine Funktion innerhalb einer Partei ( ) Ich habe ein politisches Mandat in der Legislative ( ) Ich bin politisch in der Exekutive tätig ( ) Ich habe ein politisches Amt im Rahmen von Verbänden, Vereinigungen, Gewerkschaften ( ) Nichts davon trifft zu ( )	0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1
(23) Sind Sie .....?	männlich ( ) weiblich ( )	1 2
(24) Welchen Schulabschluß haben Sie?	o Volksschule ( ) o Mittelschule, höhere Schule ohne Abitur ( ) o Abitur ( ) o Hochschule, Universität ( )	1 2 3 4
(25) Auf welchem Gebiet lag/liegt Ihre Ausbildung?	nicht-akademische Ausbildung ( ) Wirtschaftswissenschaft ( ) Rechtswissenschaft ( ) Politikwissenschaft ( ) Sozialwissenschaften ( ) Pädagogik ( ) Geschichtswissenschaft ( ) Sprachwissenschaften ( ) Theologie ( ) Sonstige akademische Ausbildung ( )	0/1 0/1 0/1 0/1 0/1 0/1 0/1 0/1 0/1 0/1
(26) Wie alt sind Sie?	..... Jahre	
(27) Welchen Beruf haben Sie? Nennen Sie bitte Ihre genaue Berufsbezeichnung	....	
(28) Sind Sie berufstätig?	ja, voll berufstätig ( ) ja, teilweise berufstätig ( ) nein, in Ausbildung ( ) nein, nicht mehr berufstätig ( )	1 2 3 4
(29) Wieviele Einwohner hat der Ort, wo Sie wohnen?	unter 5.000 Einwohner ( ) 5.000 bis 50.000 ( ) 50.000 bis 500.000 ( ) 500.000 und mehr ( )	1 2 3 4

Die standardisierten Fragen waren sicher oft zu eng gefaßt. Wenn Sie noch Bemerkungen zur Beilage oder zum Fragebogen machen möchten, so können Sie das hier tun:

Sind Sie daran interessiert, die Veröffentlichung dieser Untersuchung zu lesen?

ja ( )
nein ( )

Blättern Sie bitte den Fragebogen noch einmal danach durch, ob Sie eine Seite ausgelassen haben.

Vielen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens!

Aufschlüsselung der Rücklaufquoten

Bruttoansatz:	1.000 Adressen*		
postalisch nicht erreichbar	7		
erreichte Adressen :		993	
Rücklauf bis zur Mahnwelle		630	Fragebogen
Rücklauf nach der Mahnwelle		126	Fragebogen
Rücklauf insgesamt		756	Fragebogen
	davon	4	Antwortverweigerungen
		3	drucktechnisch fehlerhafte Fragebogen
		5	partielle Antwortverweigerungen**
	Ausfälle	12	
brauchbare Fragebogen		744	
nach der Frist eingegangene Fragebogen		6	
Ausschöpfung der Stichprobe		738	Fragebogen***

* Einige Adressen waren in der Adressenliste doppelt vertreten, d.h. der eigentliche Rücklauf liegt etwas höher.

** Großenteils nicht ausgefüllte Fragebogen, v.a. bei Kerninstrumenten.

*** Diese 738 Fragebogen liegen der Grundauszählung zugrunde. Für weitere statistische Analysen wurden 6 weitere unvollständige Fragebogen aus der Stichprobe eliminiert. Daraus ergibt sich für diese Analysen ein Stichprobenumfang von N = 732.

TABELLE : MULTIPLE KLASSIFIKATION: POLITIKBEGRIFFE IN ABHÄNGIGKEIT VON PARTEIPRÄFERENZ (KONTROLLIERT NACH INFORMATIONSABSICHTEN ALS KOVARIATE)

POLITIKBEGRIFFE	PARTEIPRÄFERENZ	N	nichtjustierte Abweichung	nach UV's und justierte Abweichungen	nach UV's und KOVARIATEN justierte Abweichungen
			ETA	BETA	BETA
Konservierender Politikbegriff	"Links"	51	-.86	-.78	-.62
	"Sozialliberal"	383	-.18	-.14	-.12
	"Liberalkonservativ"	120	.39	.34	.28
	"Konservativ"	93	.70	.58	.46
			.47	.41	.33
Emanzipatorischer Politikbegriff	"Links"	51	.16	.12	-.04
	"Sozialliberal"	383	.14	.12	.11
	"Liberalkonservativ"	120	-.15	-.12	-.09
	"Konservativ"	93	-.48	-.42	-.30
			.30	.26	.19
Harmonisierender Politikbegriff	"Links"	51	-.24	-.23	-.22
	"Sozialliberal"	383	-.04	-.04	-.04
	"Liberalkonservativ"	120	.12	.10	.10
	"Konservativ"	93	.13	.15	.15
			.13	.13	.12
Konfliktorientierter Politikbegriff	"Links"	51	.30	.26	.23
	"Sozialliberal"	383	.04	.03	.03
	"Liberalkonservativ"	120	-.08	-.05	-.05
	"Konservativ"	93	-.24	-.21	-.19
			.20	.16	.15

TABELLE : PARTIELLE KORRELATIONEN DER INDIZES; BILDUNG UND ALTER KONTROLLIERT
Missing Data listenweise eliminiert, Freiheitsgrade: 624
obere Dreiecksmatrix: partielle Korrelationskoeffizienten
untere Dreiecksmatrix: Signifikanz (zweiseitig)

	EMAN	HAND	NACH	FACH	KONS	FORM	PROG	HARM	TRAD	WOCH	WOCH2	WOCH3	FS1	FS2	FS3	FS4	NUTZ1	NUTZ2	NUTZ3
EMAN		.12	.08		-.27	-.08	.30		.12	.09					.11				.10
HAND	.001		.11		-.17		.13				.22	.15		.11			-.08	.09	
NACH	.03	.003		.16	.17		.09	.19		.23	.20	.13	.10		.09				
FACH			.001		.10	.08	.09		.12	.09	.11	.23				.12	.09		
KONS	.001	.001	.001	.006				.13		.10	.08		.08		.08			.10	.08
FORM	.048			.036								.09							
PROG	.001	.001	.015	.023				.10	.17	.18	.14	.12							
HARM			.001		.001		.007				.08	.10					.	.10	
TRAD	.001			.002			.001												
WOCH1	.001		.001	.019	.011		.001				.19	.18	.11		.19				.10
WOCH2		.001	.001	.002	.044		.001	.029		.001		.15	-.08	.34	.13		.08	.13	
WOCH3		.001	.001	.001		.013	.002	.008		.001	.001					.22	.08		
FS1			.012		.039					.005	.029			.11	.18	.20			
FS2		.005									.001		.004		.18	.10			
FS3	.003		.013		.040					.001	.001		.001	.001		.13			
FS4				.002								.001	.001	.011	.001				
NUTZ1		.047		.018							.05	.044							
NUTZ2		.028			.015			.017			.001								
NUTZ3	.016				.038					.011									

TABELLE : ERKLÄRUNG DER EINZELNEN VARIABLEN IM KAUSALMODELL

ABHÄNGIGE VARIABLE	R^2	$R^2_{just.}$	Sign.
(INFORMATIONSABSICHTEN)			
Emanzipatorische Orientierung	.221	.204	.000
Handlungsorientierung	.158	.140	.000
Nachrichtenorientierung	.070	.049	.000
(POLITIKBEGRIFFE)			
Konservierender Politikbegriff	.277	.266	.000
Formaler Machtbegriff	.121	.109	.000
Emanzipatorischer Politikbegriff	.115	.103	.000
Harmonisierender Politikbegriff	.034	.020	.009
Konfliktorientierter Politikbegriff	.055	.042	.000
Politische Aktivität	.030	.018	.012
(PARTEIPRÄFERENZGRUPPEN)			
"Links"	.036	.029	.000
"Sozialliberal"	.041	.034	.000
"Liberalkonservativ"	.037	.030	.000
"Konservativ"	.031	.024	.001
(BERUFSGRUPPEN)			
"Lehrer"	.255	.253	.000
"Wissenschaftler/Studenten"	.055	.052	.000
"Juristen/Beamte"	.220	.218	.000
"Sonstige"	.065	.062	.000

R^2 : multiples Bestimmtheitsmaß

R^2_{just} : korrigiertes, "konservativeres" multiples Bestimmtheitsmaß

TABELLE MULTIPLE KLASSIFIKATION: POLITIKBEGRIFFE IN ABHÄNGIGKEIT VON "ALTER" (KONTROLLIERT NACH INFORMATIONSABSICHTEN)

POLITIKBEGRIFFE	ALTERSGRUPPEN	N	nichtjustierte Abweichungen		nach UV's justierte Abweichungen		nach UV's und KOVARIATEN justierte Abweichungen	
				ETA		BETA		BETA
Konservierender Politikbegriff	unter 26 Jahren	204	-.13		-.12		-.10	
	27 bis 35 Jahre	269	-.08		.01		.00	
	36 bis 45 Jahre	106	.03		-.03		-.03	
	46 bis 60 Jahre	53	.59		.34		.32	
	über 60 Jahre	15	.90		.41		.47	
				.27		.15		.15
Emanzipatorischer Politikbegriff	unter 26 Jahren	204	.02		.01		-.02	
	27 bis 35 Jahre	269	.08		.05		.06	
	36 bis 45 Jahre	106	.03		.05		.06	
	46 bis 60 Jahre	53	-.33		-.23		-.21	
	über 60 Jahre	15	-.74		-.54		-.41	
				.21		.15		.13
Harmonisierender Politikbegriff	unter 26 Jahren	204	-.03		.01		.02	
	27 bis 35 Jahre	269	-.02		-.02		-.03	
	36 bis 45 Jahre	106	.10		.06		.05	
	46 bis 60 Jahre	53	.07		.03		.01	
	über 60 Jahre	15	-.15		-.20		-.17	
				.07		.05		.05
Konfliktorientierter Politikbegriff	unter 26 Jahren	204	.08		.07		.06	
	27 bis 35 Jahre	269	.04		.02		.02	
	36 bis 45 Jahre	106	-.09		-.07		-.06	
	46 bis 60 Jahre	53	-.26		-.20		-.19	
	über 60 Jahre	15	-.27		-.16		-.08	
				.15		.12		.11

L e b e n s l a u f

Hans-Georg Räder:		geboren am 6.12.1947 in Neustadt bei Coburg
Eltern	:	Hermann Räder Erna Räder geb. Köhler
1954 - 1959	:	Volksschule Neustadt/Cbg.
1959 - 1969	:	Arnold-Gymnasium Neustadt/Cbg.
1969 - 1970	:	Wehrdienst
1970	:	Beginn des Studiums an der Universität München Studienfächer: Kommunikationswissenschaft Politische Wissenschaft Soziologie
1975	:	Studienabschluß: Magister Artium im Hauptfach Kommunikationswissenschaft in den Nebenfächer Politische Wissenschaft und Soziologie
1976	:	Durchführung eines Forschungsprojektes für die Bundeszentrale für politische Bildung
Seit 1977	:	Promotionsstudium im Hauptfach Kommunikationswissenschaft